



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

### **CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

#### **INFORME DE TRABAJO DE GRADO**

##### **TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ATAÚDES EN LA PROVINCIA DE IMBABURA”.**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y  
AUDITORÍA-CPA**

**AUTORA:** LIDIA VIVIANA CHICAIZA ALBA

**DIRECTORA:** Msc. Ana Arciniegas C.

**IBARRA, OCTUBRE 2017**

## RESUMEN EJECUTIVO

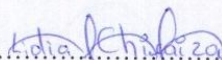
El estudio de factibilidad tiene como objetivo principal la producción y comercialización de ataúdes a los cantones de Imbabura, además se brindará los servicios funerarios y la venta de lápidas; objetivo que se consiguió a través de un diagnóstico situacional del sector donde se implantará la microempresa, por lo que se concluyó que las condiciones sociales y comerciales son adecuadas para seguir con el estudio; luego se procedió a realizar el marco teórico el cual sustenta las bases científicas de la investigación. El estudio de mercado ayudó a determinar la oportunidad de ofertar los productos y servicios debido a la escasa oferta y a la gran demanda existente en Imbabura. En el estudio técnico se determinó la macro y micro localización mediante un análisis a factores que benefician la creación de la microempresa, además en este apartado se estableció un presupuesto de activos fijos, activos corrientes y demás gastos de la nueva microempresa; por lo tanto la inversión asciende a un valor de \$ **93.141,13**. El estudio financiero ayudó a determinar la factibilidad económica mediante la aplicación de indicadores de rentabilidad como el VAN y el TIR. Se describió aspectos funcionales y de organización como: nombre o razón social, logotipo empresarial, eslogan, filosofía empresarial, estructura administrativa y manual de funciones. La ejecución del estudio generará un impacto general medio positivo, lo que quiere decir que la puesta en marcha de la microempresa es beneficiosa porque ayudará al desarrollo del sector y a la generación de nuevas oportunidades de trabajo y por ende brinda un sustento económico para las familias.

## SUMMARY

The feasibility study has as main objective the production and commercialization of coffins to the cantons of Imbabura, in addition will be provided the funeral services and the sale of tombstones; This objective was achieved through a situational diagnosis of the sector where the microenterprise will be implemented, so it was concluded that the social and commercial conditions are adequate to continue with the study; Then proceeded to realize the theoretical framework that underpins the scientific bases of the investigation. The market study helped determine the opportunity to offer the products and services due to the scarce supply and the great demand existing in Imbabura. In the technical study, the macro and micro-location were determined through an analysis of factors that benefit the creation of the microenterprise, in addition, in this section a budget of fixed assets, current assets and other expenses of the new microenterprise was established; Therefore the investment amounts to \$ **93.141,13**. The financial study helped to determine economic feasibility by applying profitability indicators such as the NPV and IRR. Functional and organizational aspects such as: name or corporate name, corporate logo, slogan, business philosophy, administrative structure and function manual were described. The execution of the study will generate a general average positive impact, which means that the start-up of the microenterprise is beneficial because it will help the development of the sector and the generation of new job opportunities and therefore provide an economic support for families.

**AUTORÍA**

Yo Lidia Viviana Chicaiza Alba portador de la cédula de ciudadanía N° 100322855-6 declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ATAÚDES EN LA PROVINCIA DE IMBABURA”** que no ha sido previamente presentado ante ningún tribunal de grado, ni calificación profesional; y se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



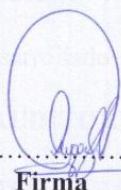
**Firma**

**Lidia Viviana Chicaiza Alba**  
**C.I. 100322855-6**

**CERTIFICACIÓN DEL ASESOR**

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por la señorita egresada **Lidia Viviana Chicaiza Alba**, para optar por el título en Ingeniería en Contabilidad Superior y Auditoría, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ATAÚDES EN LA PROVINCIA DE IMBABURA”** considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 17 días del mes de febrero de 2017.



Firma

**Msc. Ana Arciniegas C.**  
**DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**





## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

#### CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DE TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, **Lidia Vivivana Chicaiza Alba**, con cédula de ciudadanía Nro. **100322855-6**, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual de Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de trabajo de grado denominado: **“Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa Productora y Comercializadora de Ataúdes en la Provincia de Imbabura”** que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA** en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega de trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Firma: Lidia Chicaiza.....

Nombre: Lidia Viviana Chicaiza Alba

Cédula: 100322855-6

Ibarra, a los 17 días del mes de febrero de 2017.



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:		100322855-6	
APELLIDOS Y NOMBRES:		Lidia Viviana Chicaiza Alba	
DIRECCIÓN:		La Floresta – Calle Las Gardenias S/N	
EMAIL:		lidia_viviana66@hotmail.com	
TELÉFONO FIJO:	(2) 632-585	TELÉFONO MOVIL:	0987436537
DATOS DE LA OBRA			

<b>TÍTULO:</b>	“Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa Productora y Comercializadora de Ataúdes en la Provincia de Imbabura”	
<b>AUTORA</b>	LIDIA VIVIANA CHICAIZA ALBA	
<b>FECHA:</b>	14/02/2017	
<b>SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO</b>		
<b>PROGRAMA</b>	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/>	POSGRADO <input type="checkbox"/>
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	Ingeniería en Contabilidad Superior y Auditoría	
<b>ASESOR / DIRECTOR</b>	Msc. Ana Arciniegas C.	

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, **Lidia Viviana Chicaiza Alba**, con cédula de ciudadanía Nro. 100322855-6, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.



### 3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 17 días del mes de febrero de 2017

#### LA AUTORA

(Firma).....

Nombre: Lidia Viviana Chicaiza Alba

C.I.: 100322855-6

#### ACEPTACIÓN:

(Firma).....

Nombre:

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

## DEDICATORIA

*El presente trabajo está dedicado a mi familia, a mi madre Isabel Alba y en especial a mi padre Jorge Chicaiza por siempre brindarme su apoyo incondicional, por haberme enseñado a ser perseverante, a tener valores y principios y por ser el pilar fundamental en mi vida.*

*A mis hermanos que a través de su apoyo económico y moral pude culminar mis estudios.*

**AGRADECIMIENTO**

*A Dios por la fortaleza que supo dar en mí para cumplir cada etapa de mi vida y sobre todo para alcanzar mi meta.*

*A mis padres y hermanos por su apoyo incondicional en todas las etapas de mi vida en especial en el transcurso de este camino.*

*Un agradecimiento especial a la Ing. Ana Arciniegas quien con su conocimiento y experiencia supo guiarme en la elaboración de este trabajo.*

## **PRESENTACIÓN**

### **CAPÍTULO I**

Se realizó un estudio de la provincia de Imbabura con el objetivo de conocer el entorno donde se implantará la microempresa.

### **CAPÍTULO II**

Se procedió a sustentar las bases teóricas y científicas sobre aspectos, contables, financieras, administrativas y técnicas, los cuales permiten una mejor comprensión del proyecto.

### **CAPÍTULO III**

Se realizó un estudio de mercado justificado con una investigación de campo de forma técnica a un segmento de población de Imbabura, las familias y las funerarias; se determinó los niveles de oferta y demanda, así como también la demanda insatisfecha, precios, estrategias de comercialización, promoción y publicidad.

### **CAPÍTULO IV**

En el estudio técnico se determinó la capacidad instalada, ubicación, proceso de producción, recursos humanos, tecnológicos y la inversión que requerirá el proyecto para llevarse a cabo.

### **CAPÍTULO V**

Evalúa el proyecto en términos económicos y financieros mediante la aplicación de los indicadores, además se realiza las respectivas proyecciones de ingresos y gastos para conocer cuál es viabilidad del proyecto.



## **CAPÍTULO VI**

Establece una estructura organizacional para el buen funcionamiento del proyecto en el momento de la ejecución, mediante la aplicación de una misión, visión, valores, principios y de un manual de funciones.

## **CAPÍTULO VII**

Evalúa los impactos que puede generar el proyecto en la Provincia de Imbabura en la ejecución del mismo, el ámbito económico, empresarial y ambiental.

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA .....	i
RESUMEN EJECUTIVO .....	ii
SUMMARY .....	iii
AUTORÍA .....	iv
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR .....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN .....	vii
DEDICATORIA.....	x
AGRADECIMIENTO .....	xi
PRESENTACIÓN .....	xii
ÍNDICE GENERAL .....	xiv
ÍNDICE DE CUADROS .....	xxii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xxxiii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES .....	xxxv
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xxxviii
INTRODUCCIÓN.....	xli
NOMBRE DEL PROYECTO: .....	xli
OBJETIVOS:.....	xli
OBJETIVO GENERAL .....	xli
OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	xli

CAPÍTULO I.....	43
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	43
1.1 Antecedentes.....	43
1.2.1 Planteamiento del Problema .....	44
1.2.2 Formulación del Problema.....	44
1.3 Variables Diagnósticas .....	45
1.4 Justificación .....	45
1.5 Objetivos.....	46
1.5.1 Objetivo General.....	46
1.5.2 Objetivos Específicos .....	46
1.6 Indicadores .....	47
1.7 Matriz de Relación Diagnóstica .....	48
1.8 Análisis de las Variables Diagnósticas .....	49
1.9 Técnicas de Investigación.....	53
1.9.1 Técnica.....	53
1.9.2 Técnica de investigación .....	54
1.9.3 Información primaria.....	54
1.9.4 Información secundaria .....	55
1.10 Construcción de la Matriz AOOR .....	56
1.10.1 Cruces Estratégicos: .....	57
1.11 Oportunidad de Inversión .....	58
CAPÍTULO II.....	59
2. MARCO TEÓRICO .....	59
2.1 Objetivo General.....	59
2.2 Estudio de factibilidad.....	60
2.2.1 Definición .....	60

2.2.2 La empresa.....	61
2.2.3 La microempresa .....	63
2.2.4 Contabilidad .....	63
2.2.5 Ataúd .....	65
2.2.6 Madera.....	65
2.2.7 Servicios funerarios .....	66
2.2.8 Lápida .....	66
2.3 Estudio de mercado .....	67
2.3.1 Importancia del estudio de mercado .....	67
2.3.2 Estructura del análisis.....	67
2.4 Estudio técnico .....	71
2.4.1 Tamaño del proyecto .....	72
2.4.2 Localización del proyecto.....	72
2.4.3 Ingeniería del proyecto .....	73
2.4.4 Presupuesto técnico .....	75
2.5 Estudio financiero.....	77
2.5.1 Ingresos.....	77
2.5.2 Gastos .....	77
2.5.3 Mano de obra .....	78
2.5.4 Materia prima .....	78
2.5.5 Costos indirectos de fabricación.....	79
2.5.6 Gastos operacionales .....	80
2.5.7 Estados financieros .....	81
2.5.8 Indicadores de medición.....	83
2.6 Estructura organizacional .....	84
2.6.1 Organigrama .....	84
2.6.2. Estructura organizacional .....	85



2.6.3 Misión.....	85
2.6.4 Visión .....	85
2.6.5 Valores.....	86
2.6.6 Objetivos.....	86
2.6.7 Política.....	86
2.7 Impactos .....	87
CAPÍTULO III .....	88
3. ESTUDIO DE MERCADO.....	88
3.1 Introducción.....	88
3.2 Objetivos del estudio de mercado.....	89
3.2.1 Objetivo general .....	89
3.2.2 Objetivos específicos.....	89
3.3 Matriz de variables de estudio de mercado .....	90
3.4 Información del producto y servicio.....	91
3.5 Segmentación del mercado.....	93
3.5.1 Variables de segmentación .....	93
3.5.2 Mercado meta .....	94
3.6 Calculo de la muestra .....	95
3.7 Técnicas e instrumentos .....	96
3.7.1 Información primaria.....	96
3.8 Tabulación y análisis de la observación .....	97
3.8.1 Encuesta dirigida a las familias de la provincia de Imbabura .....	97
3.8.2 Encuestas a los propietarios de funerarias de Imbabura.....	114
3.8.3 Entrevista a expertos.....	129
3.9 Demanda.....	137
3.9.1 Proyección de la demanda .....	138
3.10 Oferta.....	140

3.10.1 Resultados de la entrevista y encuesta.....	140
3.10.2 Oferta actual .....	141
3.10.3 Proyección de la oferta .....	142
3.10.4 Análisis y proyección de la oferta .....	144
3.11 Balance oferta-demanda .....	144
3.12 Análisis de la demanda insatisfecha .....	144
3.13 Análisis de precios.....	146
3.14 Fijación de precios.....	147
3.15 Sensibilidad de la investigación .....	147
3.16 Conclusiones del estudio de mercado.....	155
CAPÍTULO IV .....	157
4. ESTUDIO TÉCNICO.....	157
4.1 Introducción.....	157
4.2 Objetivos.....	157
4.2.1 Objetivo general .....	157
4.2.2 Objetivos específicos.....	157
4.3 Localización del proyecto.....	158
4.4 Ingeniería del proyecto .....	162
4.5 Tamaño del proyecto .....	164
4.6 Capacidad instalada .....	167
4.7 Diseño del proceso productivo y venta .....	169
4.9 Requerimiento de maquinaria y equipo.....	182
4.10 Inversiones en activos fijos .....	197
4.11 Inversiones en activos corrientes .....	201
4.12 Costos de producción .....	203
4.13 Gastos de administración.....	211
4.14 Gastos de ventas .....	213

4.15 Capital de trabajo.....	215
4.15.1 Inversión total .....	215
4.15.2 Financiamiento .....	216
CAPÍTULO V .....	217
5. ESTUDIO FINANCIERO.....	217
5.1 Introducción.....	217
5.2 Objetivos .....	217
5.2.1 Objetivo general .....	217
5.2.2 Objetivos específicos.....	217
5.3 Determinación de los ingresos proyectados .....	218
5.4 Determinación de los egresos .....	219
5.4.1 Costos de producción .....	220
5.4.2 Gastos administrativos.....	229
5.4.3 Gastos de ventas .....	232
5.4.4 Gastos financieros .....	235
5.5 Depreciación de activos fijos.....	236
5.6 Activos no depreciables.....	241
5.7 Amortización de activos diferidos.....	242
5.8 Estado de Situación Financiera.....	243
5.9 Estado de Resultados .....	243
5.10 Estado de Flujo de Efectivo.....	244
5.11 Análisis Financiero .....	245
5.11.1 Costo de oportunidad.....	246
5.11.2 Tasa de rendimiento medio .....	247
5.11.3 Valor actual neto.....	247
5.11.4 Tasa interna de retorno .....	248
5.11.5 Relación costo – beneficio.....	249

5.11.6 Periodo de recuperación de la inversión.....	250
5.11.7 Punto de equilibrio .....	252
5.12 Resumen de los indicadores financieros.....	254
CAPITULO VI .....	256
6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	256
6.1 Aspecto estratégico.....	256
6.1.1 Objetivo .....	256
6.1.2 Nombre o razón social de la microempresa.....	256
6.1.3 Logotipo empresarial.....	257
6.1.4 Eslogan de la microempresa .....	257
6.1.5 Filosofía empresarial .....	257
6.2 Estructura administrativa.....	261
6.2.1 Organigrama estructural .....	261
6.2.2 Organigrama funcional .....	262
6.3 Niveles administrativos .....	263
6.4 Manual de Funciones y competencias del personal.....	264
6.5 Aspecto legal .....	271
CAPÍTULO VII.....	275
7. IMPACTOS DEL ESTUDIO .....	275
7.1 Objetivo .....	275
7.2 Instrumentos de valoración.....	275
7.3 Impacto económico.....	276
7.4 Impacto empresarial .....	277
7.5 Impacto ambiental .....	278
5.5 Impacto general.....	279
CONCLUSIONES.....	280



RECOMENDACIONES .....	282
SIGLAS .....	283
REFERENCIAS .....	284
ANEXOS .....	289

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Principales causas de defunción general.....	44
Cuadro 2 Matriz de relación diagnóstica.....	48
Cuadro 3 Proyección del crecimiento poblacional de la provincia de Imbabura .....	49
Cuadro 4 Promedio de personas por hogar de Imbabura.....	50
Cuadro 5 Proyecciones del crecimiento de hogares de Imbabura .....	50
Cuadro 6 Tasa de mortalidad general en Ecuador .....	51
Cuadro 7 Defunciones generales de Imbabura .....	52
Cuadro 8 Población económicamente activa de Imbabura.....	53
Cuadro 9 Matriz AOOR .....	56
Cuadro 10 Cruces estratégicos .....	57
Cuadro 11 Matriz de variables del estudio de mercado.....	90
Cuadro 12 Servicios exequiales que brindará la microempresa .....	92
Cuadro 13 Ventajas y desventajas de los ataúdes de madera .....	92
Cuadro 14 Ventajas y desventajas de los ataúdes de metal .....	92
Cuadro 15 Funerarias de Imbabura .....	94
Cuadro 16 Números de familias de Imbabura .....	95
Cuadro 17 Número de funerarias de Imbabura .....	96

Cuadro 18 Sexo del consumidor.....	98
Cuadro 19 Ciudad dónde vive el consumidor .....	99
Cuadro 20 Existencia de empresas productoras de ataúdes .....	100
Cuadro 21 Número de fallecidos en el último año .....	101
Cuadro 22 Aspectos importantes para adquirir un ataúd.....	102
Cuadro 23 Preferencia del material utilizado en un ataúd.....	103
Cuadro 24 Precio de los ataúdes.....	104
Cuadro 25 Preferencia en colores .....	105
Cuadro 26 Forma de adquisición del producto.....	106
Cuadro 27 Lugar utilizado para la velación de un ser querido .....	107
Cuadro 28 Aceptación de los servicios exequiales.....	108
Cuadro 29 Servicios exequiales a ofertar .....	109
Cuadro 30 Aceptación de las lápidas.....	110
Cuadro 31 Precio de las lápidas.....	111
Cuadro 32 Forma de pago .....	112
Cuadro 33 Medio de comunicación.....	113
Cuadro 34 Sexo de los propietarios de funerarias .....	114
Cuadro 35 Ciudad dónde vive el propietario de la funeraria.....	115

Cuadro 36 Existencia de empresas productoras de ataúdes .....	116
Cuadro 37 Aspectos importantes sobre la creación de la microempresa .....	117
Cuadro 38 Aceptación por las funerarias a adquirir el producto .....	118
Cuadro 39 Preferencia del producto por las familias .....	119
Cuadro 40 Precio de venta a funerarias .....	120
Cuadro 41 Frecuencia de reposición de inventario de las funerarias .....	121
Cuadro 42 Proveedores de las funerarias de Imbabura .....	122
Cuadro 43 Promedio de ventas de ataúdes en Imbabura .....	123
Cuadro 44 Precios de venta al público que manejan funerarias de Imbabura .....	124
Cuadro 45 Promedio de servicios ofrecidos exequiales en Imbabura .....	125
Cuadro 46 Servicios funerarios con mayor demanda .....	126
Cuadro 47 Forma de pago que utilizarían las funerarias de Imbabura .....	127
Cuadro 48 Medio de comunicación utilizado por las funerarias de Imbabura .....	128
Cuadro 49 Costo de producción y PV de ataúdes de la empresa Luciano UNDA JR. ....	130
Cuadro 50 Cantidad de ataúdes que produce la empresa Luciano UNDA JR. ....	132
Cuadro 51 Cantidad de ventas de ataúdes de la empresa Luciano UNDA JR. ....	133
Cuadro 52 Costo de producción y precio de venta de lápidas .....	135
Cuadro 53 Cantidad de lápidas producidas .....	136

Cuadro 54 Promedio de lápidas vendidas.....	137
Cuadro 55 Demanda actual de ataúdes.....	138
Cuadro 56 Demanda actual de servicios funerarios .....	138
Cuadro 57 Demanda actual de lápidas .....	138
Cuadro 58 Oferta actual de ataúdes (productores) .....	141
Cuadro 59 Oferta actual de ataúdes .....	141
Cuadro 60 Oferta actual de servicios funerarios .....	142
Cuadro 61 Oferta actual de lápidas .....	142
Cuadro 62 Proyección de la demanda insatisfecha de ataúdes.....	145
Cuadro 63 Proyección de la demanda insatisfecha de servicios funerarios .....	146
Cuadro 64 Proyección de la demanda insatisfecha de lápidas .....	146
Cuadro 65 Fijación de precios de ataúdes .....	147
Cuadro 66 Fijación de precios de servicios funerarios.....	147
Cuadro 67 Fijación de precios de lápidas .....	147
Cuadro 68 Proyección de precios de ataúdes .....	148
Cuadro 69 Proyección de precios de servicios funerarios .....	148
Cuadro 70 Proyección de precios de lápidas .....	148
Cuadro 71 Escala de valoración de la microlocalización .....	159

Cuadro 72 Factores de microlocalización de la microempresa .....	160
Cuadro 73 Matriz de microlocalización .....	161
Cuadro 74 Dependencias del proyecto .....	162
Cuadro 75 Principales proveedores .....	164
Cuadro 76 Requerimiento de personal de producción .....	166
Cuadro 77 Requerimiento de personal de administración.....	166
Cuadro 78 Requerimiento de personal de ventas .....	166
Cuadro 79 Entidades financieras de Ibarra.....	167
Cuadro 80 Capacidad instalada de ataúdes.....	167
Cuadro 81 Capacidad instalada de servicios funerarios .....	167
Cuadro 82 Capacidad instalada de lápidas .....	168
Cuadro 83 Capacidad a ejecutar de ataúdes .....	168
Cuadro 84 Capacidad a ejecutar de servicios funerarios.....	168
Cuadro 85 Capacidad a ejecutar de lápidas .....	169
Cuadro 86 Simbología de los flujogramas .....	169
Cuadro 87 Principales características técnicas de la sierra circular de mesa .....	183
Cuadro 88 Principales características técnicas de la caladora.....	184
Cuadro 89 Principales características técnicas de la caladora manual .....	185

Cuadro 90 Principales características técnicas del torno .....	185
Cuadro 91 Principales características técnicas de la lijadora .....	186
Cuadro 92 Principales características técnicas del taladro industrial .....	187
Cuadro 93 Principales características técnicas de la tupí manual .....	187
Cuadro 94 Principales características técnicas del compresor .....	188
Cuadro 95 Principales características técnicas de la amoladora.....	189
Cuadro 96 Principales características técnicas de la dobladora .....	189
Cuadro 97 Principales características técnicas de la soldadora.....	190
Cuadro 98 Principales características técnicas del computador .....	191
Cuadro 99 Principales características técnicas del clavillo neumático.....	191
Cuadro 100 Principales características técnicas del cepillo .....	192
Cuadro 101 Terreno.....	197
Cuadro 102 Infraestructura.....	198
Cuadro 103 Maquinaria para la instalación.....	198
Cuadro 104 Inversión fija.....	199
Cuadro 105 Vehículo de traslado .....	199
Cuadro 106 Muebles y enseres.....	199
Cuadro 107 Equipo de cómputo .....	200

Cuadro 108 Equipo de oficina .....	200
Cuadro 109 Resumen de activos fijos .....	201
Cuadro 110 Herramientas (Inversión variable) .....	201
Cuadro 111 Muebles y enseres (Inversión Variable) .....	202
Cuadro 112 Equipo de seguridad (Inversión Variable) .....	202
Cuadro 113 Resumen de activos corrientes .....	202
Cuadro 114 Cantidad de materia prima directa para ataúdes metálicos .....	203
Cuadro 115 Costo de materia prima directa para ataúdes metálicos .....	204
Cuadro 116 Cantidad de materia prima directa para ataúdes de madera .....	204
Cuadro 117 Costo de la materia prima directa para ataúdes de madera .....	205
Cuadro 118 Cantidad de materia prima directa de los servicios funerarios .....	205
Cuadro 119 Costo de la materia prima directa de los servicios funerarios .....	206
Cuadro 120 Cantidad de materia prima directa de lápidas .....	206
Cuadro 121 Costo de la materia prima directa de lápidas .....	207
Cuadro 122 Mano de obra directa .....	207
Cuadro 123 Cantidad de materia prima indirecta para ataúdes .....	208
Cuadro 124 Costo de materia prima indirecta para ataúdes .....	208
Cuadro 125 Cantidad de materia prima indirecta del servicio funerario .....	209



Cuadro 126 Costo de materia prima indirecta del servicio funerario.....	209
Cuadro 127 Cantidad de materia prima indirecta de lápidas.....	209
Cuadro 128 Costo de materia prima indirecta de lápidas.....	209
Cuadro 129 Mantenimiento de la maquinaria de la microempresa.....	210
Cuadro 130 Servicios básicos utilizados en la producción y servicios de velación.....	210
Cuadro 131 Equipo de protección para el área de producción.....	210
Cuadro 132 Gastos de constitución de la microempresa.....	211
Cuadro 133 Remuneración del personal administrativo de la microempresa.....	211
Cuadro 134 Servicios básicos del área administrativa.....	212
Cuadro 135 Suministros de oficina del área administrativa.....	212
Cuadro 136 Suministros de limpieza o aseo.....	213
Cuadro 137 Remuneración del personal de ventas de la microempresa.....	213
Cuadro 138 Suministros para el área de ventas.....	214
Cuadro 139 Gastos de publicidad.....	214
Cuadro 140 Gastos de transporte para la entrega de los productos.....	214
Cuadro 141 Capital de trabajo para un mes.....	215
Cuadro 142 Inversión total del proyecto.....	215
Cuadro 143 Financiamiento.....	216

Cuadro 144 Ingresos por ventas .....	218
Cuadro 145 Proyección de ingresos por ventas.....	219
Cuadro 146 Costos de MPD de ataúdes metálicos .....	220
Cuadro 147 Proyección de los costos de MPD para ataúdes metálicos .....	221
Cuadro 148 Costos de MPD de ataúdes de madera.....	221
Cuadro 149 Proyección de los costos de MPD de ataúdes de madera .....	222
Cuadro 150 Costos de MPD de servicios funerarios.....	222
Cuadro 151 Proyección de los costos de MPD de servicios funerarios .....	223
Cuadro 152 Costos de MPD de lápidas .....	223
Cuadro 153 Proyección de los costos de MPD de lápidas .....	223
Cuadro 154 Rol de pagos anual de mano de obra directa .....	224
Cuadro 155 Proyección del costo de mano de obra directa.....	225
Cuadro 156 Costo de la materia prima indirecta .....	226
Cuadro 157 Proyección del costo de materia prima indirecta .....	226
Cuadro 158 Costo del mantenimiento de la maquinaria.....	227
Cuadro 159 Proyección del costo del mantenimiento de la maquinaria.....	227
Cuadro 160 Costo del mantenimiento de la maquinaria.....	228
Cuadro 161 Proyección de los costos de servicios básicos del área de producción .....	228

Cuadro 162 Costo del equipo de protección.....	228
Cuadro 163 Proyección del costo del equipo de protección.....	229
Cuadro 164 Resumen de la proyección de los CIF .....	229
Cuadro 165 Rol de pagos anual del personal administrativo .....	230
Cuadro 166 Proyección del sueldo del personal administrativo.....	230
Cuadro 167 Costo de los servicios básicos administrativos .....	230
Cuadro 168 Proyección de los costos de servicios básicos administrativos.....	231
Cuadro 169 Proyección de los suministros de oficina.....	231
Cuadro 170 Proyección de los suministros de limpieza .....	232
Cuadro 171 Proyección de los gastos administrativos .....	232
Cuadro 172 Rol de pagos anual del personal de ventas .....	233
Cuadro 173 Proyección del sueldo del personal de ventas.....	233
Cuadro 174 Costo de los suministros de ventas .....	234
Cuadro 175 Proyección de los suministros de ventas.....	234
Cuadro 176 Proyección de los gastos de publicidad .....	235
Cuadro 177 Proyección de los gastos de transporte .....	235
Cuadro 178 Activos fijos depreciables .....	236
Cuadro 179 Activos fijos depreciables .....	237

Cuadro 180 Resumen de depreciaciones .....	241
Cuadro 181 Activos no depreciables .....	242
Cuadro 182 Amortización de activos diferidos (Gastos de constitución) .....	242
Cuadro 183 Estado de Resultados .....	244
Cuadro 184 Estado de Flujo de Efectivo .....	245
Cuadro 185 Costo de oportunidad que genera el proyecto.....	246
Cuadro 187 Cantidad de productos para el punto de equilibrio .....	253
Cuadro 188 Punto de equilibrio en unidades.....	254
Cuadro 189 Cuadro resumen para el análisis financiero .....	254
Cuadro 190 Niveles de impacto.....	275
Cuadro 191 Impacto económico del estudio .....	276
Cuadro 192 Impacto empresarial del estudio .....	277
Cuadro 193 Impacto ambiental del estudio .....	278
Cuadro 194 Impacto general del estudio .....	279

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Esperanza de vida al nacer .....	50
Tabla 2 Proyección de demanda de ataúdes .....	139
Tabla 3 Proyección de demanda de servicios funerarios.....	140
Tabla 4 Proyección de demanda de lápidas .....	140
Tabla 5 Proyección de oferta de ataúdes .....	143
Tabla 6 Proyección de oferta de servicios funerarios.....	143
Tabla 7 Proyección de oferta de lápidas .....	144
Tabla 8 Tasa de crecimiento salarial .....	225
Tabla 9 Amortización del crédito .....	236
Tabla 10 Depreciación del edificio.....	238
Tabla 11 Depreciación de la maquinaria .....	238
Tabla 12 Depreciación de la herramienta para instalación.....	239
Tabla 13 Depreciación de la carroza .....	239
Tabla 14 Depreciación de muebles y enseres para la instalación.....	240
Tabla 15 Depreciación del equipo de computación.....	240
Tabla 16 Depreciación del equipo de computación reinversión año 4° .....	241
Tabla 20 Valor actual neto (VAN) .....	248

Tabla 21 Tasa interna de retorno (TIR) .....	249
Tabla 22 Relación costo – beneficio del estudio .....	250
Tabla 23 Período de recuperación de la inversión.....	251

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Ubicación de la provincia de Imbabura.....	43
Ilustración 2 Ataúd diseño recto .....	149
Ilustración 3 Ataúd diseño recto sin apliques .....	150
Ilustración 4 Ataúd diseño redondo con maniguetas.....	150
Ilustración 5 Ataúd diseño sardina .....	150
Ilustración 6 Ataúd diseño tallados .....	150
Ilustración 7 Ataúd diseño exclusivo.....	151
Ilustración 8 Ataúd diseño exclusivo con tapiz panal .....	151
Ilustración 9 Ataúd para niños.....	151
Ilustración 10 Cofres o urnas.....	151
Ilustración 11 Sala de velación.....	152
Ilustración 12 Capilla ardiente.....	152
Ilustración 13 Lápidas en mármol .....	152
Ilustración 14 Lápidas en porcelanato .....	152
Ilustración 15 Ubicación del proyecto.....	159
Ilustración 16 Plano de ubicación.....	161
Ilustración 17 Gráfico del sector .....	162

Ilustración 18 Distribución de la planta.....	163
<i>Ilustración 19 Sierra circular de mesa.....</i>	<i>183</i>
Ilustración 20 Caladora.....	183
Ilustración 21 Caladora eléctrica manual .....	184
Ilustración 22 Torno .....	185
Ilustración 23 Lijadora.....	186
Ilustración 24 Taladro industrial.....	186
Ilustración 25 Tupí manual.....	187
Ilustración 26 Compresor .....	187
Ilustración 27 Amoladora .....	188
Ilustración 28 Dobladora .....	189
Ilustración 29 Soldadora.....	189
Ilustración 30 Plotter .....	190
Ilustración 31 Computador .....	190
Ilustración 32 Clavillo neumático.....	191
Ilustración 33 Prensadora semiredonda.....	192
Ilustración 34 Cepillo de madera.....	192
Ilustración 35 Soplete .....	193



Ilustración 36 Martillo .....	193
Ilustración 37 Cíncel.....	193
Ilustración 38 Espátula .....	194
Ilustración 39 Flexómetro.....	194
Ilustración 40 Pinceles.....	195
Ilustración 41 Escuadra .....	195
Ilustración 42 Camilla .....	195
Ilustración 43 Estuche de maquillaje.....	196
Ilustración 44 Equipo de velación .....	196
Ilustración 45 Logotipo empresarial.....	257

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Mapa específico del marco teórico.....	59
Gráfico 2 Marco teórico temas generales .....	60
Gráfico 3 Marco teórico temas técnicos .....	64
Gráfico 4 Marco teórico temas específicos .....	66
Gráfico 5 Sexo del consumidor .....	98
Gráfico 6 Ciudad dónde vive el consumidor .....	99
Gráfico 7 Existencia de empresas productoras de ataúdes .....	100
Gráfico 8 Número de fallecidos en el último año.....	101
Gráfico 9 Aspectos importantes para adquirir un ataúd .....	102
Gráfico 10 Preferencia del material utilizado en un ataúd .....	103
Gráfico 11 Precio de los ataúdes .....	104
Gráfico 12 Preferencia en colores .....	105
Gráfico 13 Forma de adquisición del producto .....	106
Gráfico 14 Lugar utilizado para la velación de un ser querido .....	107
Gráfico 15 Aceptación de los servicios exequiales .....	108
Gráfico 16 Servicios exequiales a ofertar.....	109
Gráfico 17 Aceptación de las lápidas .....	110

Gráfico 18 Precio de las lápidas .....	111
Gráfico 19 Forma de pago .....	112
Gráfico 20 Medio de comunicación .....	113
Gráfico 21 Sexo de los propietarios de funerarias .....	114
Gráfico 22 Ciudad dónde vive el propietario de la funeraria .....	115
Gráfico 23 Existencia de empresas productoras de ataúdes .....	116
Gráfico 24 Aspectos importantes sobre la creación de la microempresa .....	117
Gráfico 25 Aceptación por las funerarias a adquirir el producto .....	118
Gráfico 26 Preferencia del producto por las familias .....	119
Gráfico 27 Precio de venta a funerarias .....	120
Gráfico 28 Frecuencia de reposición de inventario de las funerarias .....	121
Gráfico 29 Proveedores de las funerarias de Imbabura .....	122
Gráfico 30 Promedio de ventas de ataúdes en Imbabura .....	123
Gráfico 31 Precios de venta al público que manejan funerarias de Imbabura .....	124
Gráfico 32 Promedio de servicios ofrecidos exequiales en Imbabura .....	125
Gráfico 33 Servicios funerarios con mayor demanda .....	126
Gráfico 34 Forma de pago que utilizarían las funerarias de Imbabura .....	127
Gráfico 35 Medio de comunicación utilizado por las funerarias de Imbabura .....	128

Gráfico 36 Canales de comercialización .....	155
Gráfico 37 Proceso de elaboración de un ataúd .....	170
Gráfico 38 Proceso de venta de un ataúd .....	174
Gráfico 39 Proceso de prestación de los servicios funerarios .....	176
Gráfico 40 Proceso de elaboración de una lápida.....	179
Gráfico 41 Organigrama estructural .....	262
Gráfico 42 Organigrama Funcional .....	262
Gráfico 43 Niveles Administrativos .....	263
Gráfico 44 MF. Junta general de accionistas.....	265
Gráfico 45 MF. Gerente.....	266
Gráfico 46 MF. Administrador .....	267
Gráfico 47 MF. Operario de ataúdes .....	268
Gráfico 48 MF. Operario de lápidas .....	269
Gráfico 49 MF. Vendedor .....	270

## **INTRODUCCIÓN**

### **NOMBRE DEL PROYECTO:**

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ATAÚDES EN LA PROVINCIA DE IMBABURA”.

### **OBJETIVOS:**

#### **OBJETIVO GENERAL**

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de ataúdes, en la provincia de Imbabura, a través de la aplicación de herramientas de investigación con el propósito de establecer si es o no rentable.

#### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar un diagnóstico situacional de la provincia de Imbabura.
- Elaborar el marco teórico mediante la investigación bibliográfica en la que se fundamentará los conceptos teórico-científicos con el propósito obtener confiabilidad de la información.
- Realizar un estudio de mercado, mediante el análisis de variables como la oferta y la demanda, producto, precio y el mercado para determinar si existe una demanda insatisfecha y establecer los canales de distribución adecuados para hacer llegar el producto al mercado, tratando de disminuir la incertidumbre de los inversionistas.
- Efectuar un estudio técnico mediante el uso de herramientas que permitan establecer la microlocalización y macrolocalización, para poder implantar la infraestructura,

maquinaria y equipo, el personal, materiales e insumos y descripción del proceso de producción que ayude a la optimización de recursos.

- Desarrollar el estudio económico financiero mediante el análisis de indicadores de rentabilidad, con el fin de saber si generará beneficios económicos suficientes mediante una evaluación financiera.
- Realizar una estructura organizacional para la constitución de la empresa por medio de un organigrama con el fin de garantizar el buen funcionamiento de la organización, además identificar cual será la misión, visión, y las políticas que permitirán el desarrollo óptimo del estudio.
- Evaluar los posibles impactos que pueda generar el estudio mediante la aplicación de una matriz, con la finalidad de fortalecer los efectos positivos y minimizar los negativos.

## CAPÍTULO I

### 1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

#### 1.1 Antecedentes

Imbabura fue poblada por los pueblos Caranquis quienes realizaron viviendas con buenas estructuras y aportaron con varias leyendas que son parte de las raíces del pueblo imbabureño. La provincia de Imbabura está ubicada en la región interandina o sierra, destacada como la "Provincia de los Lagos" por la cantidad de lagos y volcanes que se encuentran dentro de la misma, además por su diversidad étnica y demográfica más grande del Ecuador, su población es de 625.928 habitantes y desde siempre ha sido núcleo de artesanías y cultura. (Iluay, 2013)



*Ilustración 1 Ubicación de la provincia de Imbabura*

**Fuente:** Recopilado de: <http://www.zonu.com>

**Año:** 2010

Imbabura es la décimo tercera provincia más poblada del país, su capital es la ciudad de Ibarra y está constituida por seis cantones que son Ibarra, Antonio Ante, Cotacachi, Otavalo, Pimampiro y San Miguel de Urcurquí con sus respectivas parroquias urbanas y rurales. (Iluay, 2013)

Según datos del INEC en el año 2011 Imbabura cuenta con una tasa de mortalidad general del 4,92% por mil habitantes.

A consecuencia de las actividades diarias que hoy en día realizan las personas se ha observado que existen muertes a causa de enfermedades o por accidentes ya sean laborales, de tránsito u otros.

**Cuadro 1 Principales causas de defunción general**

N°	CAUSAS	PORCENTAJE
1	Diabetes mellitus	7,15%
2	Enfermedades hipertensivas	7,03%
3	Enfermedades cerebrovasculares	6,31%
4	Demencia y enfermedad de Alzheimer	6,25%
5	Accidentes de transporte terrestre	5,38%
6	Influenza y neumonía	4,92%
7	Agresiones (homicidios)	3,38%
8	Enfermedades isquémicas del corazón	3,23%
9	Cirrosis y otras enfermedades del hígado	3,21%
10	Enfermedades inmunoprevenibles	3,17%

**Fuente:** INEC-Anuario de Egresos Hospitalarios 2011

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

### 1.2.1 Planteamiento del Problema

Es necesario conocer que los ataúdes que se comercializan en la provincia se los puede adquirir a precios elevados, ya que la fabricación no realizan empresas locales, es decir que las funerarias o intermediarios que venden los ataúdes adicionan costos de transporte y otros, con el fin de que las personas tengan al alcance el producto, por ende sube el precio de venta de los mismos y esto nos demuestra que la manera en que despedimos a nuestros seres queridos es costosa, lo cual constituye un problema sobre todo para personas de bajos recursos, además la madera y los materiales que utilizan para realizar los ataúdes no son totalmente resistentes ya que se ha dado casos en que los fallecidos suelen hincharse o expulsan líquidos, por ende deben ser elaborados con materia prima resistente que evite presentar este tipo de contratiempos.

### 1.2.2 Formulación del Problema

Es conveniente la realización del estudio de factibilidad porque permitiría a los propietarios de funerarias de la provincia de Imbabura adquirir los ataúdes de manera más



cómoda, ya que implicaría menor costo en cuanto a transporte o fletes que deben incurrir para tener el producto a disposición en sus instalaciones.

### **1.3 Variables Diagnósticas**

(Deconceptos, 2017) afirma: “Una variable constituye una expresión simbólica representativa de cierto elemento que no está incluido en un conjunto dado. Dicho conjunto se denomina conjunto universal de la variable y cada elemento del conjunto es un valor de la variable”.

Se ha determinado las siguientes variables por el grado de importancia y relación con el diagnóstico situacional de la provincia de Imbabura, con el fin de obtener suficiente información sobre el problema existente.

- Aspecto Geográfico
- Aspecto Demográfico
- Aspecto Histórico
- Aspecto Socioeconómico

### **1.4 Justificación**

La ejecución del estudio de factibilidad es necesario, sobre todo cuando se trata de dar a conocer un producto indispensable, en lo que respecta a honras fúnebres, en la provincia se propone ser una microempresa que brinde ataúdes adecuados para nuestro ser querido a costos más accesibles.

Todos sin distinción alguna debemos estar al tanto de las opciones que el mercado nos brinda para el momento en que debamos despedir a un ser querido, por ende es importante mencionar que este estudio aportará en el ámbito social por la diversificación de acabados y

estilos de los ataúdes y lápidas, además los servicios funerarios que prestará la microempresa, lo cual satisface eficientemente la demanda y estará a fin con la economía actual.

Las funerarias de la provincia tienen que traer los ataúdes desde otras ciudades como Cayambe, Quito y Ambato; lo cual implica mayor costo y problemáticas como demora en la llegada del producto o que el mismo esté con imperfecciones, esto provocaría devoluciones por parte de las funerarias y por consiguiente pérdidas para ambas partes.

Es precisamente por el motivo anteriormente mencionado que esta microempresa desea ser la primera en la ciudad de Ibarra, con el fin de distribuir sus productos a las funerarias de la provincia de Imbabura.

Se ha podido detectar que en el mercado donde se va a comercializar el producto existe competencia únicamente en la ciudad de Otavalo ya que existen empresas fabricantes de ataúdes de madera, y tan solo una realiza ataúdes metálicos, por ende las funerarias tienen que traer sus productos de otras ciudades, sin embargo la oferta no es similar a la propuesta de este proyecto, ya que no cuentan con los servicios completos, lo que permite obtener ventaja en cuanto al posicionamiento en el mercado.

## **1.5 Objetivos**

### **1.5.1 Objetivo General**

Realizar un diagnóstico situacional de la provincia de Imbabura.

### **1.5.2 Objetivos Específicos**

- Determinar aspectos geográficos para establecer la ubicación del estudio.
- Investigar sobre las tasas de crecimiento poblacional y mortalidad de la provincia.

- Investigar las tradiciones y costumbres de la provincia de Imbabura.
- Analizar el nivel de ingresos que perciben las familias de la provincia.

## **1.6 Indicadores**

(El Observatorio, 2017) afirma: “Es un dato que pretende reflejar el estado de una situación, o de algún aspecto particular, en un momento y un espacio determinados”.

### **1.6.1 Situación Geográfica**

- ✓ Ubicación geográfica
- ✓ Superficie

### **1.6.2 Situación Demográfica**

- ✓ Crecimiento de la población
- ✓ Promedio de personas por hogar
- ✓ Esperanza de vida al nacer
- ✓ Tasa de mortalidad

### **1.6.3 Situación Histórica**

- ✓ Costumbres y tradiciones

### **1.6.4 Situación Socio-económica**

- ✓ Desarrollo de la provincia
- ✓ Población económicamente activa (PEA)

## 1.7 Matriz de Relación Diagnóstica

**Cuadro 2 Matriz de relación diagnóstica**

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA	INSTRUMENTOS	FUENTE
Determinar aspectos geográficos para establecer la ubicación del estudio.	Situación Geográfica	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ubicación geográfica</li> <li>✓ Superficie</li> </ul>	Investigación documental	✓ Documental	✓ Secundaria
Investigar sobre las tasas de crecimiento poblacional, natalidad y mortalidad de la provincia.	Situación Demográfica	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Crecimiento de la población</li> <li>✓ Promedio de personas por hogar</li> <li>✓ Esperanza de vida al nacer</li> <li>✓ Tasa de mortalidad</li> </ul>	Investigación documental	✓ Boletines del Censo Poblacional del año 2010	✓ Secundaria
Investigar las tradiciones y costumbres de la provincia de Imbabura.	Situación Histórica	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Costumbres y tradiciones</li> </ul>	Investigación documental	✓ Documental	✓ Secundaria
Analizar sobre el nivel de ingresos que perciben las familias de la provincia.	Situación Socio-económica	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Desarrollo de la provincia</li> <li>✓ Población económicamente activa (PEA)</li> </ul>	Investigación documental	✓ Boletines INEC de encuesta de estatificación del nivel socioeconómico	✓ Secundaria

**Elaborado por:** Autora

**Año:**2016

## 1.8 Análisis de las Variables Diagnósticas

### 1.8.1 Situación Geográfica

#### 1.8.1.1 Ubicación geográfica

La provincia se encuentra situada en la zona geográfica más conocida como la región interandina o sierra, los límites de la provincia están al norte con la provincia del Carchi y Esmeraldas, al sur con la provincia de Pichincha, al este con las provincias de Sucumbíos y Napo y al oeste con la provincia de Esmeraldas. (WordPress, 2010)

#### 1.8.1.2 Superficie

(WordPress, 2010) afirma: “Imbabura es considerada como una de las provincias más pobladas, ocupa un territorio o una superficie de 4.599 km<sup>2</sup>”.

### 1.8.2 Situación Demográfica

#### 1.8.2.1 Crecimiento de la Población

De acuerdo al INEC y en base al último censo realizado en el año 2010, Imbabura cuenta con una población total de 625.928 habitantes.

**Cuadro 3 Proyección del crecimiento poblacional de la provincia de Imbabura**

CANTÓN	AÑO 2010	AÑO 2016	TOTAL
Ibarra	284.825	314.882	46,10%
Antonio Ante	68.368	76.609	11,22%
Cotacachi	62.490	64.913	9,50%
Otavalo	165.389	180.724	26,46%
Pimampiro	20.372	20.191	2,96%
San Miguel de Urcuquí	24.484	25.670	3,76%
<b>Total</b>	<b>625.928</b>	<b>682.989</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Boletines INEC censo 2010

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

### 1.8.2.2 Promedio de personas por hogar

El número de personas por hogar en la provincia de Imbabura es de 3.86, viendo así un crecimiento progresivo de población.

**Cuadro 4 Promedio de personas por hogar de Imbabura**

CANTÓN	TOTAL DE PERSONAS	TOTAL DE HOGARES	PROMEDIO DE PERS. POR HOGAR
Ibarra	180.440	48.666	3,71
Antonio Ante	43.484	11.067	3,93
Cotacachi	39.941	9.871	4,05
Otavalo	104.677	25.556	4,10
Pimampiro	12.963	3.721	3,48
San Miguel de Urcuquí	15.656	4.128	3,79
<b>Total</b>	<b>397.161</b>	<b>103.009</b>	<b>3.86</b>

**Fuente:** Boletines INEC censo 2010

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

**Cuadro 5 Proyecciones del crecimiento de hogares de Imbabura**

CANTÓN	Nº FAMILIAS 2010	Nº FAMILIAS 2016	PORCENTAJE
Ibarra	48.666	73.789	45,50%
Antonio Ante	11.067	17.712	10,92%
Cotacachi	9.871	16.189	9,98%
Otavalo	25.556	42.847	26,42%
Pimampiro	3.721	5.278	3,25%
San Miguel de Urcuquí	4.128	6.343	3,91%
<b>Total</b>	<b>103.009</b>	<b>162.158</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Boletines INEC censo 2010

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

### 1.8.2.3 Esperanza de vida al nacer

Se refiere al número de años en promedio que podría vivir un recién nacido, en Imbabura la esperanza de vida al nacer esta entre 70 a 80 años.

*Tabla 1 Esperanza de vida al nacer*

AÑOS	MUJERES	HOMBRES	AMBOS SEXOS
2000-2005	77,2	71,3	74,2
2005-2010	78,0	72,1	75,0
2010-2015	78,8	72,9	75,8
2015-2020	79,5	73,6	76,5
2020-2025	80,2	74,3	77,2

**Fuente:** INEC-SIISE

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

### 1.8.2.4 Tasa de mortalidad

Es el número de personas que mueren en un año expresado con relación a cada mil habitantes.

**Cuadro 6 Tasa de mortalidad general en Ecuador**

REGIONES	FRECUENCIA	PROYECCIONES	TASA DE MORTALIDAD X 1.000 HABITANTES
Azuay	3.233	753.493	4,29
Bolívar	1.002	193.689	5,17
Cañar	1.074	240.248	4,47
Carchi	749	173.410	4,32
Cotopaxi	2.036	431.243	4,72
Chimborazo	2.455	481.498	5,10
El Oro	2.607	634.481	4,11
Esmeraldas	2.041	561.605	3,63
Guayas	16.129	3.840.319	4,20
<b>Imbabura</b>	<b>2.066</b>	<b>419.919</b>	<b>4,92</b>
Loja	2.288	473.331	4,83
Los Ríos	3.612	817.676	4,42
Manabí	5.897	1.436.259	4,11
Morona Santiago	407	157.551	2,58
Napo	352	109.514	3,21
Pastaza	246	89.053	2,76
Pichincha	9.724	2.723.509	3,57
Tungurahua	2.594	530.655	4,89
Zamora Chinchipe	302	97.676	3,09
Galápagos	53	26.576	1,99
Sucumbíos	553	186.072	2,97
Orellana	417	140.663	2,96
Santo Domingo	1.346	387.229	3,48
Santa Elena	1.032	326.215	3,16
Zona No Delimitada	34	34.547	0,98
<b>Total</b>	<b>62.304</b>	<b>15.266.431</b>	<b>4,08</b>

**Fuente:** Anuario de Estadísticas Vitales: Nacimientos y Defunciones Año 2011

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

Las defunciones generales en base al número de actas de defunción de personas fallecidas inscritas en registros civiles de la provincia de Imbabura.

**Cuadro 7 Defunciones generales de Imbabura**

CIUDAD	TOTAL GENERAL			MENORES DE UN AÑO			MAYORES DE UN AÑO		
	Total	H	M	Total	H	M	Total	H	M
Ibarra	892	475	417	41	23	18	851	452	399
Antonio Ante	212	122	90	7	1	6	205	121	84
Cotacachi	182	96	86	8	3	5	174	93	81
Otavalo	453	214	239	19	12	7	434	202	232
Pimampiro	74	45	29	2	1	1	72	44	28
San Miguel de Urcuquí	62	28	34	1	-	1	61	28	33
<b>Total</b>	<b>1.875</b>	<b>980</b>	<b>895</b>	<b>78</b>	<b>40</b>	<b>38</b>	<b>1.797</b>	<b>940</b>	<b>857</b>

**Fuente:** INEC-Anuario de Nacimientos y Defunciones 2014

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

### 1.8.3 Situación Histórica

#### 1.8.3.1 Costumbres y tradiciones

Imbabura mantiene fiestas, ritos y formas de vida de las culturas existentes, las mismas que se mantienen desde muchos años atrás. Su colorida vestimenta, música, danza y gastronomía ancestral, así como también las técnicas agrícolas, creencias y mitos.

En Imbabura se ha evidenciado distintas creencias en lo que respecta a honras fúnebres por lo que es necesario conocer las costumbres que mantiene cada cantón.

### 1.8.4 Situación Socio-económica

#### 1.8.4.1 Desarrollo del sector

La provincia ha tenido varios avances, no solo en obras sino también ha ido realizando proyectos de desarrollo mediante procesos participativos con la comunidad, es decir Imbabura ha mejorado su economía y ha tenido una transformación productiva.



### 18.4.2 Población económicamente activa (PEA)

La población económicamente activa está representada en base a la condición de actividad que desempeña cada individuo, es decir son aquellas personas que perciben ingresos fijos de determinado trabajo.

**Cuadro 8 Población económicamente activa de Imbabura**

<b>CANTÓN</b>	<b>PEA</b>	<b>PEI</b>	<b>PET</b>
Ibarra	80.482	65.883	146.365
Antonio Ante	18.974	15.599	34.573
Cotacachi	14.967	15.655	30.622
Otavalo	42.553	38.739	81.292
Pimampiro	5.614	4.828	10.442
San Miguel de Urcuquí	6.144	6.164	12.308
<b>Total</b>	<b>168.734</b>	<b>146.868</b>	<b>315.602</b>

**Fuente:** Boletines INEC censo 2010

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

**PEA** = Población Económicamente Activa

**PEI** = Población Económicamente Inactiva

**PET** = Población Económica Total

## 1.9 Técnicas de Investigación

### 1.9.1 Técnica

(Significados, 2017) menciona: “Es un conjunto de procedimientos, materiales o intelectuales, es aplicado en una tarea específica, con base en el conocimiento de una ciencia o arte, para obtener un resultado determinado”.

### **1.9.2 Técnica de investigación**

(Ferrer, 2017) define: “Es una herramienta indispensable para el proceso de la investigación científica, ya que conforma la estructura mediante la cual se organiza la investigación tomada”.

### **1.9.3 Información primaria**

(Rosales, 2011) afirma: “Es aquella en la que el investigador recoge la información directamente mediante un contacto inmediato con el objeto de análisis”.

#### **1.9.3.1 Entrevista**

(Anónimo, 2017) define: “La entrevista es una técnica de investigación primaria que permite intercambiar ideas, opiniones en una conversación que se da entre dos o más personas, en donde el entrevistador es el designado para efectuar las preguntas”.

El día 21 de octubre del 2016 a las 15:00 horas con 20 minutos y 12 segundos se realizó la entrevista a la señora Patricia Terán, propietaria de la Funeraria Terán, la misma que tuvo una duración aproximada de 15 minutos y a las 16:00 horas con 15 minutos y 20 segundos al señor Jorge Andrade, Administrador de la funeraria de la Sociedad de Artesanos, quienes manifestaron que no existen empresas fabricantes de ataúdes en la ciudad de Ibarra, por lo tanto ellos cuentan con proveedores de Quito y Ambato que son las empresas SEPREVI, CAFRES y ECOCOFRE, disponen únicamente de un proveedor de la ciudad de Otavalo que es la empresa UNDA, calificado como artesano; de tal manera que ellos reponen su inventario dependiendo de las ventas realizadas, ya que en ocasiones pueden llegar a vender al mes casi todo su inventario y otras veces venden poco. Los precios oscilan entre 110,00\$ los ataúdes

metálicos y los de madera desde 230\$ a 800,00\$. La política de cobro utilizada es mediante cheques, efectivo y a crédito.

La materia prima que utilizan las empresas antes mencionadas para la elaboración de los ataúdes es en MDF. Las funerarias deben realizar sus pedidos con anticipación para tener a disposición los ataúdes en sus instalaciones, para que puedan ser adquiridos.

#### **1.9.3.2 Encuesta**

(Alelú, Cantín, López, & Rodríguez, 2017) manifiestan: “La encuesta es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica”.

#### **1.9.3.3 Observación directa**

(Mendoza & Pérez, 2017) afirman: “La observación directa es un instrumento adecuado para la recolección de información, ya que consiste en el registro sistemático y confiable de comportamientos o conductas manifestados”.

#### **1.9.4 Información secundaria**

(Blogspot, 2017) define: “Es un tipo de material ya conocido pero organizado según un esquema ya previamente determinado”.

##### **1.9.4.1 Observación documental**

(Blogspot, 2017) afirma: “La observación documental es un medio necesario donde se tiene un contacto directo con ciertos elementos o caracteres en los que se presenta el

fenómeno que se pretende investigar, en donde los datos obtenidos son considerados datos estadísticos originales”.

### 1.10 Construcción de la Matriz AOOR

Luego de haber conocido los problemas esenciales del diagnóstico se realiza la matriz AOOR con el propósito de identificar aliados, oponentes oportunidades y riesgos.

**Cuadro 9 Matriz AOOR**

<b>ALIADOS</b>	<b>OPONENTES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Existencia de empresas aseguradoras en la provincia de Imbabura.</li> <li>✓ Organismos que fomentan proyectos de emprendimientos.</li> <li>✓ Proveedores fijos de materiales necesarios para la producción.</li> <li>✓ Personas que desean invertir en el proyecto.</li> <li>✓ Funerarias con las cuales se podrá hacer convenios.</li> <li>✓ Mano de obra disponible en la ciudad de Ibarra.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Poca disponibilidad de maquinaria y equipo.</li> <li>✓ Costos altos de equipos y maquinaria de operación.</li> <li>✓ Obstáculos para obtener créditos.</li> <li>✓ Poco conocimiento de las personas sobre el producto y servicio.</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>RIESGOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Posible interés de empresas aseguradoras en la adquisición de ataúdes.</li> <li>✓ Poca existencia de fabricantes de ataúdes en la provincia de Imbabura.</li> <li>✓ Mercado potencial local y nacional.</li> <li>✓ Convenios con asociaciones o fundaciones que ayudan a personas de bajos recursos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Inestabilidad gubernamental en cuanto a políticas ambientales.</li> <li>✓ Existencia de pocos proveedores de materia prima para elaborar ataúdes y lápidas.</li> <li>✓ Materiales utilizados que puedan afectar el medio ambiente.</li> </ul>

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

### 1.10.1 Cruces Estratégicos:

**Cuadro 10 Cruces estratégicos**

ESTRATEGIAS AO (Aliados y Oponentes)	ESTRATEGIAS AR (Aliados y Oportunidades)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer convenios con empresas aseguradoras u otras organizaciones que adquieran el producto.</li> <li>• Implementar precios competitivos con el fin de atraer clientes frente a productos similares.</li> <li>• Impulsar proyectos relacionados con el medio ambiente, con la finalidad de buscar un cambio de la ideología de la gente hacia la preferencia de este tipo de producto para despedir a sus seres queridos.</li> <li>• Buscar alternativas para obtener créditos con el propósito de adquirir equipos y maquinarias adecuadas para la fabricación de un producto de calidad.</li> <li>• Realizar campañas publicitarias con el fin de dar a conocer sobre los ataúdes y los servicios que prestará la microempresa en la provincia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer políticas de cobro adecuadas con los clientes.</li> <li>• Adecuar la infraestructura para que el producto y servicios funerarios tengan una alta acogida en el mercado.</li> <li>• Realizar contratos con organizaciones relacionadas como funerarias.</li> </ul>
ESTRATEGIAS OO (Oponentes y Oportunidades)	ESTRATEGIAS OR (Oponentes y Riesgos)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incentivar con descuentos o beneficios a empresas aseguradoras con el fin de ganar mayor posicionamiento en el mercado.</li> <li>• Aprovechar créditos del sector financiero para proyectos de desarrollo económico con el fin de poder financiar los equipos y maquinarias necesarias para la microempresa.</li> <li>• Ofertar el producto y servicio con un alto índice de calidad a funerarias con el propósito de atraer clientes potenciales.</li> <li>• Introducir en el mercado un producto y servicio diferenciado para lograr una ventaja competitiva a fin de evitar que empresas puedan insertarse en el mercado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer mecanismos que permitan mitigar y reducir la contaminación sobre la utilización inadecuada de componentes que puedan afectar el medio ambiente.</li> <li>• Desarrollar estrategias de negociación con proveedores con la finalidad de obtener los materiales necesarios a menor costo sin perjudicar la calidad del producto y poder insertar en el mercado con precios competitivos.</li> <li>• Cumplir con las políticas legales y sanitarias dentro y fuera de la organización para evitar una desestabilización de la misma.</li> </ul>

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

### **1.11 Oportunidad de Inversión**

La creación de la microempresa de producción y comercialización de ataúdes aprovechará la oportunidad de mercado ya que existe únicamente una empresa dedicada a la elaboración de ataúdes a base de madera y metal, tres realizan tan solo en madera, por ende estas requieren contar con ataúdes de los dos tipos y sobre todo de diseños exclusivos, por lo tanto adquieren los productos de empresas provenientes de otras provincias. Este estudio contribuirá con la sociedad en cuanto al aspecto económico, además es conveniente para las funerarias u otras empresas relacionadas como aseguradoras para que puedan adquirirlos a un precio razonable, y en cuanto a los consumidores podrán optar por la adquisición de lápidas y servicios funerarios o exequiales.

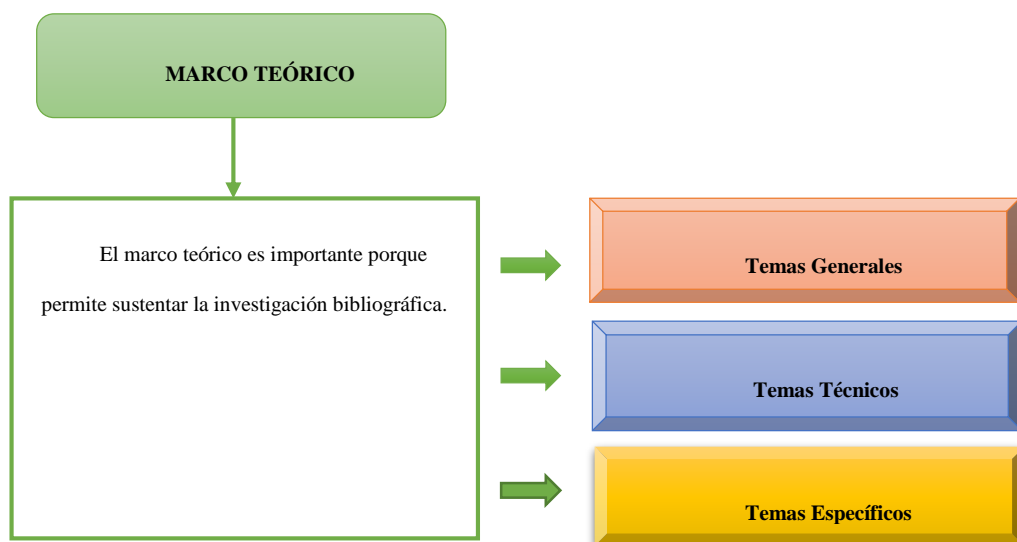
## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se abordarán conceptos necesarios que servirán de soporte para establecer temas relacionados con la ejecución del estudio de factibilidad.

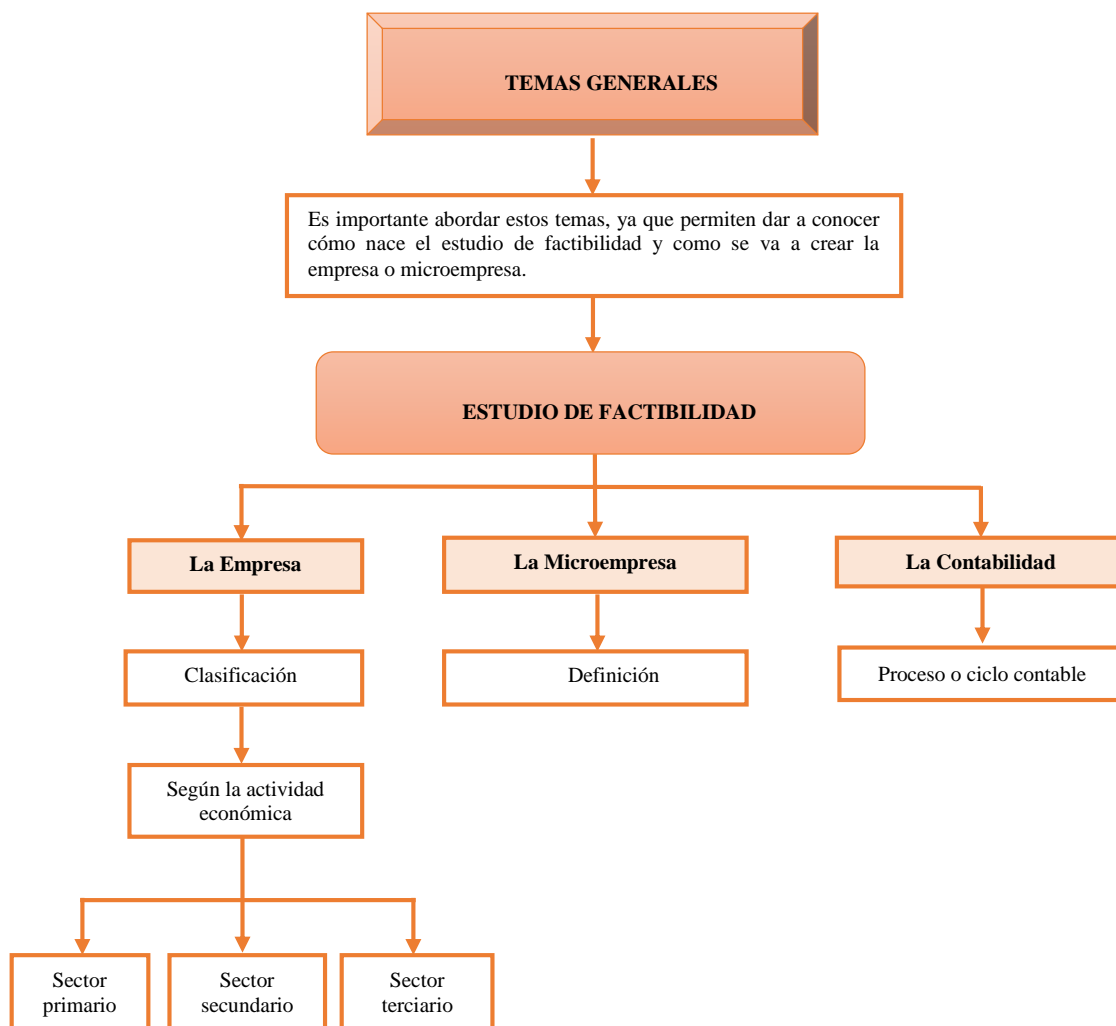
#### 2.1 Objetivo General

Elaborar el marco teórico mediante la investigación bibliográfica en la que se fundamentará los conceptos teórico-científicos con el propósito de obtener confiabilidad en la información.



*Gráfico 1 Mapa específico del marco teórico*

**Elaborado por:** Autora  
**Año:** 2016



*Gráfico 2 Marco teórico temas generales*

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

## 2.2 Estudio de factibilidad

### 2.2.1 Definición

El estudio de factibilidad es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen tanto los estudios técnicos, como los económicos, financieros y de mercado, y otros que se requieran. (Santos T. , 2016)



El estudio de factibilidad se define como un proceso mediante el cual, se solucionan problemas de suposiciones o estimaciones que mediante un análisis de una empresa se van a resolver con el fin de determinar si el negocio que se propone es bueno o malo, establecer las condiciones necesarias a desarrollar para que sea exitoso y medir si el mismo contribuye con la sociedad.

### **2.2.2 La empresa**

(Bravo, 2013) define: “Es una entidad compuesta por capital y trabajo que se dedica a actividades de producción, comercialización y prestación de bienes y servicios a la colectividad” (pág.3).

Se menciona a la empresa como una entidad o ente económico que realiza un conjunto de actividades, en las cuales utilizan recursos financieros, materiales, tecnológicos y talento humano con el fin de alcanzar los objetivos propuestos; y obtener utilidades en algunos casos, en otros con fines sociales.

#### **2.2.2.1 Clasificación de las empresas**

Según su naturaleza:

- Industriales: transforman materias primas en nuevos productos. Ej.: Textiles San Pedro, Pronaca S.A.
- Comerciales: compra y venta de productos, intermediarias entre productores y compradores. Ej.: Importadora Tomebamba S.A.
- Servicios: generación y ventas de productos intangibles. Ej.: Banco del Pichincha, Multicines.
- Agropecuarias: exportan productos agrícolas y pecuarios.
- Mineras: explotan los recursos del subsuelo. (Zapata, 2011, pág. 5)

Según el sector o la procedencia del capital:

- Públicas: Se trata de empresas en donde el capital pertenece al estado y en las que se pretende satisfacer las necesidades sociales. Pueden ser centralizadas, descentralizadas, estatales, mixtas y paraestatales.
- Privadas: Se trata de empresas en donde el capital es propiedad de inversionistas privados y son lucrativas en su totalidad. El origen de capital es privado. (Soto B. , 2017)

Según la integración del capital o número de socios:

- Unipersonales: Son empresas, cuando el capital es el aporte de una sola persona. Ejemplos: Retín óptica, Agropecuario la granja, Bonanza, ect. La mayoría de estas empresas tiene el nombre del dueño.
- Sociedades: los aportes de capital vienen de otras empresas o personas en particular, y éstas a su vez se dividen en cinco especies de compañías de comercio a saber:
  - La compañía en nombre colectivo;
  - La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
  - La compañía en de responsabilidad limitada;
  - La compañía anónima; y
  - La compañía en
  - economía mixta. (Acfí, 2017)

Las empresas surgen para atender las necesidades de la población y son imprescindibles ya que a través de estas se producen bienes o servicios para la

comunidad, favoreciendo de alguna manera al progreso humano sobre el avance económico del medio social del que somos parte.

### **2.2.3 La microempresa**

Microempresas son unidades económicas dedicadas a la producción, comercialización o prestación de servicios, que tienen un tamaño reducido tanto en lo que se refiere a capital, activos y volumen de ventas, y que utilizan de forma intensiva la mano de obra, generando empleo e ingresos para unos trabajadores que no tienen otro medio de vida. En el caso de las microempresas del sector informal, se encuentra la característica de legalidad entendiéndose como ausencia de cumplimiento de la obligación de registrar públicamente la actividad que se desempeña. (Carrasquillo, 2011)

El propósito de este estudio es la creación de una microempresa industrial, que será generadora de trabajo, además obtendrá ingresos para su sostenimiento mediante el esfuerzo; será parte del mercado interno, con el fin de fortalecer la economía.

### **2.2.4 Contabilidad**

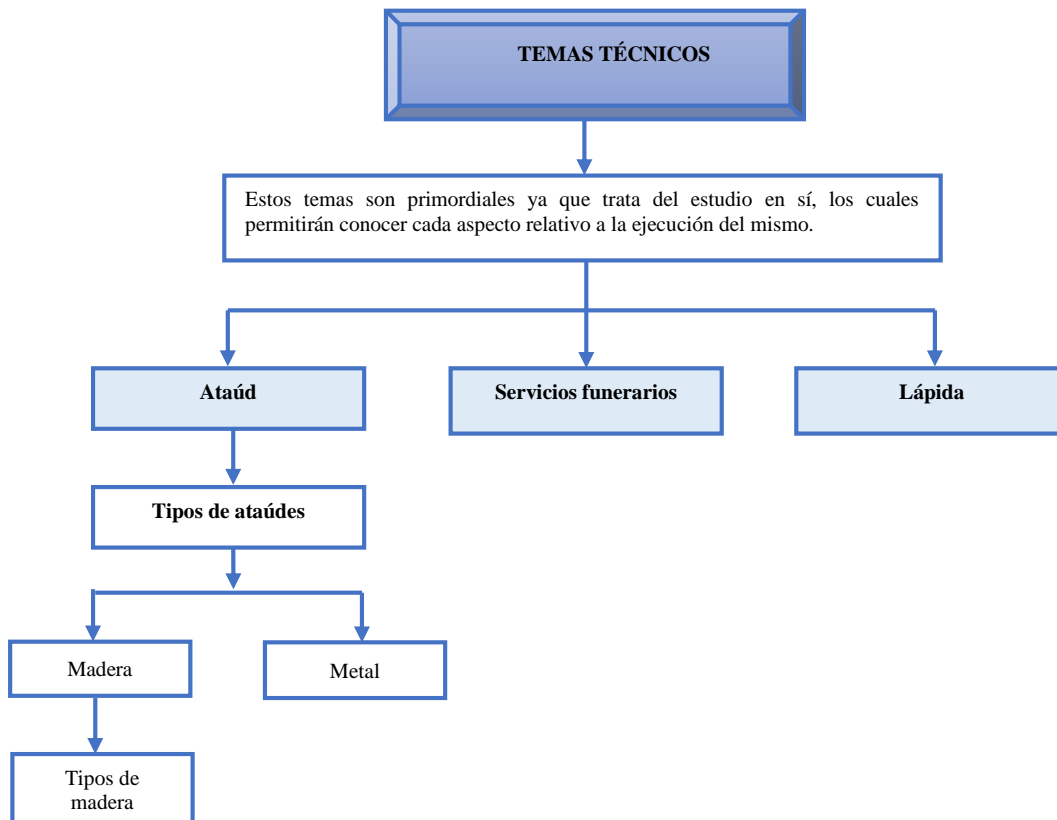
(Fierro & Fierro, 2015) manifiestan: “La contabilidad es un proceso que elabora información de las empresas de comercio, producción y de servicios” (pág.10).

La contabilidad es una técnica primordial en toda actividad económica, ya sea para empresas o microempresas, además es de gran apoyo y soporte para un contador ya que por medio de la misma se puede tratar y controlar toda la información necesaria para el correcto manejo de los recursos de la empresa con el fin de dar a conocer a los inversionistas la evolución de la misma.

### 2.2.4.2 Proceso o ciclo contable

El ciclo contable es un proceso que describe los procedimientos de elaboración de la contabilidad que deben seguirse para garantizar que todos los hechos económicos se reconozcan de acuerdo a los requerimientos de las NIIF, se evalúen de acuerdo a los modelos contables, se registren y se evalúen nuevamente a la fecha sobre la cual se informan y se transmitan en los estados financieros que se publican a los usuarios de la información para que tomen decisiones económicas. (Fierro & Fierro, 2015, pág. 114)

Es importante el procesamiento de los datos contables con el fin de generar información útil, es decir se refiere al transcurso que va desde el registro inicial de las transacciones hasta los estados financieros finales. La elaboración de la contabilidad permite adecuar la información conforme va ocurriendo y finalmente mostrar a los usuarios la información necesaria para la toma de medidas o decisiones pertinentes.



*Gráfico 3 Marco teórico temas técnicos*

**Elaborado por:** Autora  
**Año:** 2016

### **2.2.5 Ataúd**

(Aenor, 2012) manifiesta: “Caja o cajón cuya finalidad es recoger un cadáver, restos humanos o restos cadavéricos”.

Un féretro es un cajón utilizado para la velación de las personas fallecidas cuya finalidad es guardar los restos de sus seres queridos.

#### **2.2.5.1 Tipos de ataúdes**

En cuanto a los tipos de ataúdes utilizados en nuestro país son los de madera, para lo cual se utiliza el laurel, pino, roble, entre otras que son aptas para la realización de los mismos; otro material que utilizan es el metal o más conocido como tol, o suele utilizarse una mezcla de madera, metal y texturas. (Funeraria la nueva, 2015)

### **2.2.6 Madera**

La madera es el conjunto de los elementos lignificados de una planta que se disponen debajo de la corteza, dan sostén a la planta y conducen la savia bruta. Es utilizada para fabricar todo tipo de objetos artesanales, para la construcción de objetos decorativos como barcos en miniatura, cuadros, marquetería y tallas entre otros. La viruta de madera o la chapa de madera son materiales muy utilizados para la elaboración de manualidades por su fácil manejo. (Artesanum, 2016)

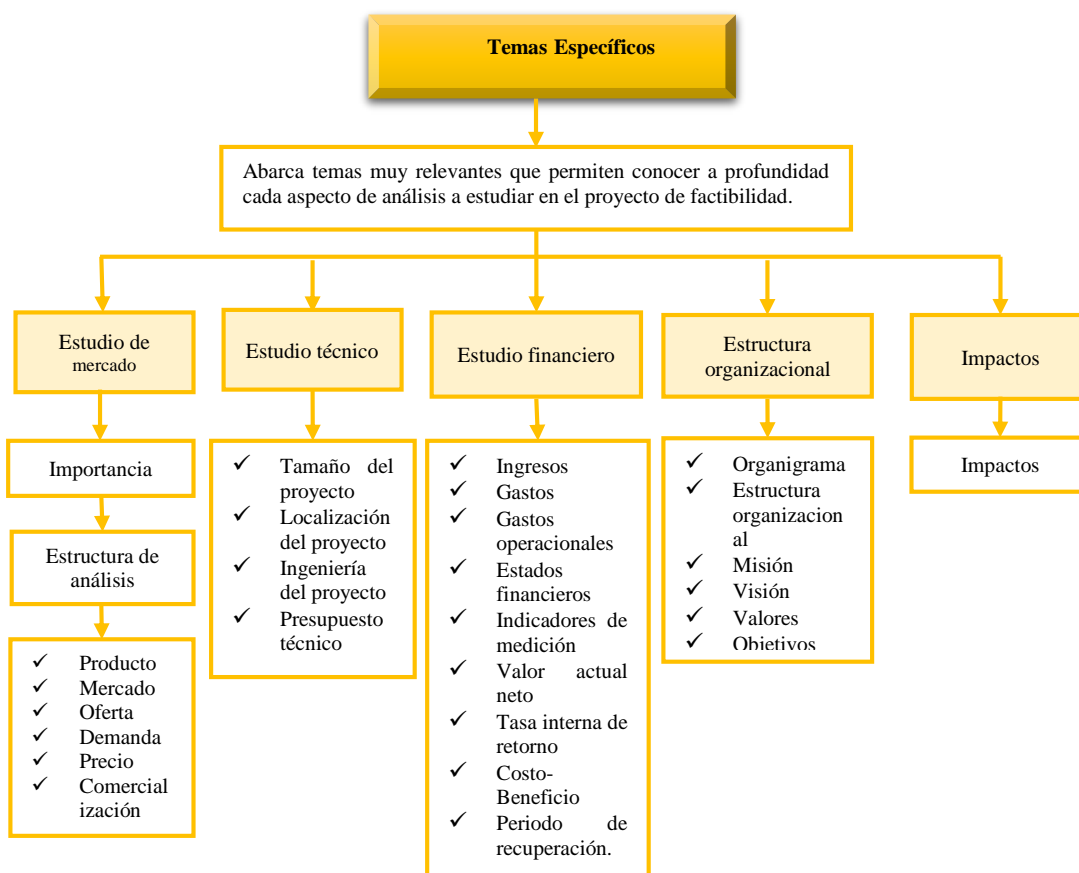
La madera es considerada como una parte sólida que es extraída de los árboles, estos pueden ser de distintas variedades; en la provincia se la utiliza para muchos fines como las artesanías, muebles y material de construcción, estas serán utilizadas dependiendo su estructura y durabilidad.

### 2.2.7 Servicios funerarios

Son aquellos servicios que presta una funeraria, la misma que se encarga de llevar a delante el funeral de una persona fallecida, suelen encargarse de arreglar el cuerpo del difunto, también los detalles relativos a la velación, cremación y traslado del cuerpo al cementerio, además se encargan de las ceremonias que los familiares y amigos desean realizar para honrarlos.

### 2.2.8 Lápida

Es una piedra llana realizada en distintos materiales, en la cual se pone una inscripción en la que se conmemora un hecho o se recuerda a una persona fallecida.



*Gráfico 4 Marco teórico temas específicos*

**Elaborado por:** Autora  
**Año:** 2016

## **2.3 Estudio de mercado**

(Belmonte, 2013) define: “Es el proceso a través del cual se obtiene información procedente del mercado al que se dirige el producto o servicio con el fin de ser analizado para tomar decisiones” (pág. 127).

El estudio de mercado es muy importante para la realización de este proyecto, ya que a través de él se puede conocer si existe demanda insatisfecha de los productos y servicios que se van a ofertar, además se establece la posible competencia y la forma como se va a comercializar los bienes.

### **2.3.1 Importancia del estudio de mercado**

La importancia en el estudio de mercado está en que recoge toda la información sobre los productos o servicios que supone suministrará el proyecto, y porque aporta información valiosa para la decisión final de invertir o no en un proyecto de inversión. Sin lugar a dudas, el estudio de mercado es vital para cualquier proyecto, ya que a través de él se conoce el medio ambiente en el cual la empresa realizara sus actividades económicas. (Meza, 2015, pág. 22)

El estudio de mercado también es necesario no solo porque sirve de base para tomar la decisión de llevar a cabo el proyecto sino porque también resulta una guía útil sobre aspectos que debe contener el mismo.

### **2.3.2 Estructura del análisis**

Para poder realizar un buen estudio de mercado es necesario, estructurar un análisis en base al siguiente esquema operativo.

### **2.3.2.1 Producto**

(Asensio & Beatriz) definen: “El producto es el bien o servicio que satisface las necesidades de los consumidores” (pág.149).

El producto es el resultado de los procesos de fabricación y este debe cumplir con una serie de normas indispensables para que pueda ofrecerse en el mercado y que vaya a satisfacer la necesidad de las personas.

### **2.3.2.2 Mercado**

Se entiende por mercado el conjunto de demandantes y oferentes que se interrelacionan para el intercambio de un bien o servicio en un área determinada. Esa concurrencia puede ser de forma directa o indirecta. Por esta razón es importante detectar las formas que pueden caracterizar al mercado en el que se pretende desarrollar el proyecto. (Araujo, 2013, pág. 26)

Se puede decir que el mercado es un lugar donde concurren ofertantes y demandantes con cualquier producto o servicio con el fin de satisfacer necesidades del consumidor.

#### **2.3.2.2.1 Segmento de mercado**

La segmentación es un proceso de división del mercado en subgrupos homogéneos de consumidores, denominados segmentos, con el fin de llevar a cabo una estrategia comercial diferenciada para cada uno de ellos, que permita satisfacer de modo más efectivo sus necesidades y alcanzar los objetivos de la empresa de la mejor manera posible. (Escobar & Gonzáles, 2011, pág. 41)

El segmento del mercado es la división del mismo en base a las necesidades del cliente, o en función de características del producto o servicio que se dará a conocer en el mercado.



#### **2.3.2.2 Mercado meta**

(Kotler, 2013) afirma: “Un mercado meta consiste en un conjunto de compradores que comparten necesidades o características comunes que la empresa decida atender” (pág.175).

El mercado meta se identifica por ofrecer el producto o servicio en base a las características esperadas por los potenciales clientes.

#### **2.3.2.3 Oferta**

(Baca, 2013) manifiesta: “Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto poner a disposición del mercado a un precio determinado” (pág.54).

La oferta es considerada como la competencia en el mercado actual, ya que determina las disposiciones de un bien o servicio; es decir el producto objeto del estudio debe ser identificado como distinto a la de la competencia para que tenga mayor acogida y participación en el mercado.

#### **2.3.2.4 Demanda**

(Baca, 2013) define: “Cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado” (pág.28).

La demanda es importante en el estudio de mercado, ya que a través del análisis se puede establecer qué cantidad de bienes o servicios se encontrarán en él, para satisfacer una necesidad específica a un precio determinado.

#### **2.3.2.4.1 Demanda insatisfecha**

(Eco-Finanzas, 2017) manifiesta: “Aquella parte de la demanda planeada en términos reales en que éste excede a la oferta planeada y que, por lo tanto, no puede hacerse compra efectiva de bienes y servicios”.

La demanda insatisfecha representa la cantidad de bienes o servicios que en la actualidad no está cubierto por ningún producto.

#### **2.3.2.5 Precio**

(Asencio & Vázquez, 2013) manifiestan: “El precio es el único elemento del marketing mix que proporciona beneficios, los otros solo producen costes” (pág.153).

La determinación del precio es muy importante al momento de dar a conocer un producto en el mercado, ya que se debe realizar un previo análisis de los competidores, además es necesario dentro de la decisión de compra venta de un producto, porque así la empresa logrará ofrecer sus productos en el mercado a un valor que le permita obtener beneficios.

#### **2.3.2.6 Comercialización**

(Anónimo, 2015) menciona: “La comercialización nace con la necesidad del hombre de intercambiar el excedente de su producción por bienes, mercancías y/o servicios para complementar su bienestar y lograr la supervivencia individual”.

La comercialización es el movimiento de bienes y servicios en el tiempo y lugar determinado, en la cual se establece el precio y las medidas de promoción para el producto o servicio, con el fin de que llegue a manos del consumidor final.

### **2.3.2.7 Distribución**

(Longeneckr, Petty, Palich, & Hoy, 2012) definen: “Traslado físico de los productos y desarrollo de relaciones con los intermediarios en las que se basa tal traslado” (pág.464).

La distribución se considera el traslado de los productos a través de intermediarios, con el fin de que se encuentre en el lugar adecuado para que el consumidor pueda adquirirlo.

### **2.3.2.8 Canales de distribución**

(Longeneckr et al., 2012) manifiestan: “Un canal de distribución puede ser directo o indirecto. En un canal directo no hay intermediarios el producto va directamente del productor al usuario. Un canal indirecto de distribución tiene uno o más intermediarios entre productor y usuario” (pág. 464).

Los canales de distribución son aquellos caminos por donde el producto va a circular para llegar hasta el consumidor final.

## **2.4 Estudio técnico**

Su objetivo es el de determinar, con base en la producción mensual o anual estimadas en el estudio de mercado, cuáles serían las necesidades de inversión en la estructura operativa, es decir, la inversión en activos de producción, en materias primas, en mano de obra directa e indirecta, en costos fijos de fabricación y en el posible capital de trabajo necesario para el arranque. (Sequeda, 2014, pág. 80)

El estudio técnico del proyecto permite determinar aspectos como el tamaño, localización, procesos productivos, maquinaria, infraestructura física, servicios básicos,

así como los costos y gastos de producción que se requerirán para la ejecución del estudio.

#### **2.4.1 Tamaño del proyecto**

(Araujo, 2013) define: “En general, el tamaño de un proyecto se puede definir por su capacidad física o real de producción de bienes o servicios durante un periodo de operación considerado normal para las condiciones y tipo de proyectos en cuestión”(pág.73).

El tamaño del proyecto se define como la capacidad de fabricar un producto o servicio con el propósito de que éste satisfaga las necesidades de consumo de una población

#### **2.4.2 Localización del proyecto**

La localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de establecer el lugar que ofrece los máximos beneficios, los mejores costos, es decir en donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto social. (Universidad Santo Tomás, 2017)

##### **2.4.2.1 Macrolocalización**

(Anónimo, 2012) manifiesta: “Macro localización, también llamada macro zona, es el estadio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto. Determinando sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes”.

La macrolocalización trata de definir la región o territorio donde se ubicará el proyecto, en cuanto a los aspectos generales de espacio o zona.

#### **2.4.2.2 Microlocalización**

(Arqhys, 2017) manifiesta: “Una vez definida a la zona o población de localización se determina el terreno conveniente para la ubicación definitiva del proyecto. Este apartado deberá formularse cuando ya se ha avanzado el estudio de ingeniería del proyecto”.

La microlocalización consiste en establecer las condiciones específicas que permitirán establecer el lugar donde se va a desarrollar el proyecto, tomando en cuenta los factores de ubicación del mercado, fuentes de materia prima, mano de obra, facilidades de transporte y comunicación , servicios básicos, entre otros.

#### **2.4.3 Ingeniería del proyecto**

(Cocogum, 2017) menciona: “Se entiende por ingeniería de proyecto, la etapa dentro de la formulación de un proyecto de inversión donde se definen todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto”.

La ingeniería del proyecto, es la determinación de la producción en función a procesos, equipos y maquinaria, de esta forma preparar el lugar con las necesidades de fabricación, de tal manera que se pueda garantizar el funcionamiento adecuado y eficiente en la producción de un bien o servicio.

#### **2.4.3.1 Proceso de producción**

(Retos en Supply Chain, 2017) manifiesta: “Un proceso de producción es el conjunto de actividades orientadas a la transformación de recursos o factores productivos en bienes y/o servicios”.

El proceso productivo abarca todos los recursos que se dispone para la producción, los mismos que deben ser ordenados, calculados, registrados y contabilizados adecuadamente con el fin de obtener eficiencia y ahorro de tiempo en las actividades, así como también poder minimizar el desperdicio de materia prima.

#### **2.4.3.2 Tecnología**

El término tecnología se refiere a la suma total del conocimiento que poseemos sobre cómo hacer las cosas, incluidos los inventos, las técnicas y el amplio cúmulo de conocimiento organizado acerca de todo, de la aerodinámica a la zoología; pero su principal influencia está en la forma de hacer las cosas, es decir, en como diseñamos, producimos, distribuimos y vendemos bienes y servicios. (Koontz, Weihrich, & Cannice, 2012, pág. 42)

Representa el conjunto de conocimientos técnicos, equipos y procesos empleados para obtener el bien o poder brindar un servicio con el fin de cumplir con las expectativas del cliente o consumidor, además forma parte indispensable al momento de agilizar procesos.

#### **2.4.3.3 Maquinaria y equipo**

(Plan General Contable, 2014) define: “Conjunto de máquinas o bienes de equipo mediante las cuales se realiza la extracción o elaboración de los productos”.

Este rubro corresponde a las maquinarias utilizadas en la producción en una empresa con el fin de obtener productos o servicios; de tal manera que permita ahorrar esfuerzos y costos.

#### **2.4.3.4 Distribución de la planta**

(López, 2017) define: “La distribución en planta se define como la ordenación física de los elementos que constituyen una instalación sea industrial o de servicios”.

El diseño de la planta es de vital importancia, ya que a través de éste se logra un adecuado orden y manejo de las áreas de trabajo y equipos, de tal manera que se aprovecha y minimiza espacios, tiempos y costos en los que pueda incurrir la microempresa.

#### **2.4.4 Presupuesto técnico**

(Burbano, E, & G., 2017) manifiestan: “Es la estimación programada, de manera sistemática, de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo en un período determinado”.

Mediante el presupuesto técnico se puede determinar la cantidad, costos y materiales necesarios para la ejecución de actividades que realizará la microempresa, con el fin de obtener un enfoque claro sobre la inversión que se va a realizar, además su función es determinar las inversiones fijas, diferidas y capital de trabajo.

##### **2.4.4.1 Inversiones fijas**

(Sydatec, 2017) define: “Son todas aquellas inversiones que debemos hacer para dotar a la empresa con todos aquellos elementos que requiere para que pueda funcionar”.

Constituyen los activos necesarios para llevar a cabo la empresa como: terreno, infraestructura, maquinaria y equipo, muebles de oficina con el fin de abastecer las condiciones más adecuadas para llevar a cabo las operaciones.

#### **2.4.4.2 Inversiones diferidas**

Estas inversiones son aquellas que normalmente se hacen antes de la puesta en marcha de la empresa. Lo más común es que este tipo de inversiones no puedan ser recuperadas y su beneficio es durante varios meses o años de las operaciones de la empresa. (Sydatec, 2017)

Dentro de estas inversiones constan todos los principales gastos incurridos para la creación de la microempresa como pagos de trámites y registros que debe realizar la entidad.

#### **2.4.4.3 Capital de trabajo**

(Arboleda, 2013) menciona: “El capital de trabajo requerido por un proyecto es la diferencia entre los activos corrientes y los pasivos corrientes” (pág.264).

Permite una alta participación de los activos corrientes de la microempresa, estos requieren una cuidadosa atención ya que se puede evitar desequilibrios de liquidez y pagos, además por medio de este se da una rentabilidad en la organización, o dado el caso puede existir la probabilidad de ser insolvente, esto dependerá de la adecuada gestión que se dé al capital de trabajo.



## **2.5 Estudio financiero**

(Meza O. J., 2013) menciona: “Corresponde a la última etapa de la formulación del proyecto que recoge y cuantifica toda la información proveniente de los estudios de mercado, estudio técnico y estudio organizacional” (pág. 29).

Este estudio es primordial en los proyectos de inversión, ya que mediante este se puede conocer el grado de factibilidad o viabilidad que tendrá en cierto tiempo, además es considerado como el punto de partida de la microempresa para determinar si va a ser rentable o no el proyecto.

### **2.5.1 Ingresos**

Los ingresos son incrementos en el patrimonio neto de la empresa durante el ejercicio, ya sea en forma de entradas o aumentos en el valor de los activos, o de disminución de los pasivos, siempre que no tengan su origen en aportaciones, monetarias o no, de los socios o propietarios. (Nunes, 2012)

Los ingresos se refieren a todas las entradas económicas que percibe una entidad, persona u organización, los mismos que son provenientes de la venta de productos o la prestación de servicios.

### **2.5.2 Gastos**

Son decrementos en el patrimonio neto de la empresa durante el ejercicio, ya sea en forma de salidas o disminuciones en el valor de los activos, o de reconocimiento o aumento del valor de los pasivos, siempre que no tengan su origen en distribuciones, monetarias o no, a los socios o propietarios, en su condición de tales. (Nunes, 2012)

La empresa incurre en un gasto cuando adquiere un bien o un servicio, por lo tanto este rubro lleva a la disminución del patrimonio institucional.

### **2.5.3 Mano de obra**

#### **2.5.3.1 Mano de obra directa**

(Rincón, 2011) define: “Es la fuerza laboral que esta físicamente relacionada con el proceso de fabricación del producto” (pág. 38).

Dentro de esta comprende el área laboral que se involucra directamente en la elaboración de los productos, es decir son aquellas personas que se encargan de que la empresa cuente con inventarios o permita brindar un servicio de calidad.

#### **2.5.3.2 Mano de obra indirecta**

(Rincón, 2011) manifiesta: “Es aquella que está ubicada en la fábrica pero no se puede asociar razonablemente al proceso productivo, porque no está físicamente relacionada con el proceso del producto” (Pág. 39).

Aquí interviene la mano de obra de quienes intervienen en el proceso productivo pero que es difícil cuantificar o identificar su proporción en el nuevo producto, este personal desempeña su trabajo mediante fuerza física o mental con el fin de percibir un salario acorde a las funciones que realiza dentro de la organización.

### **2.5.4 Materia prima**

(El mundo economía y negocios, 2017) define: “Se denominan materias primas a la materia extraída de la naturaleza y que se transforma para elaborar materiales que más tarde se transformarán en bienes de consumo”.

Son los bienes provenientes de la naturaleza sujetos a transformación, por lo tanto para las industrias representa un elemento indispensable que les permite generar ingresos sobre los productos que sean elaborados a partir de éstas.

#### **2.5.4.1 Materia prima directa**

(Psinaí, 2017) define: “Son todos aquellos que pueden identificarse fácilmente en el producto terminado y representa el principal costo en la elaboración de un producto”.

Es aquella que será transformada en un producto final, la misma que puede ser identificable y medible con el fin de determinar el costo o precio que tendrá el bien.

#### **2.5.4.2 Materia prima indirecta**

Son aquellos necesarios y que son utilizados en la elaboración de un producto, pero no son fácilmente identificables o que no amerita llevar un control sobre ellos y son incluidos como parte de los costos indirectos de fabricación como materiales indirectos.  
(Psinaí, 2017)

Son todos los materiales que intervienen para la obtención del producto final, pero no lo hacen directamente, sin embargo para la obtención de un producto de calidad es necesario utilizar otros insumos adicionales a la materia prima directa.

#### **2.5.5 Costos indirectos de fabricación**

Comprenden los bienes naturales, semielaborados o elaborados de carácter complementario, así como servicios personales, servicios públicos, servicios generales y otros insumos indispensables que ayudan a la terminación adecuada del producto final o de un lote de bienes y servicios, mismos que están controlados por una hoja de costos.  
(Zapata S. P., 2015, Pág. 88)

Representan los costos utilizados para la elaboración de un producto como el pago de servicios básicos, la mano de obra indirecta y materiales indirectos; estos costos no se pueden asociar o costear a un producto fácilmente, ya que es necesario realizar cálculos o estimaciones sobre el valor que se incorpora a cada bien producido.

### **2.5.6 Gastos operacionales**

#### **2.5.6.1 Gastos administrativos**

Los gastos ordinarios de administración son los ocasionados en el desarrollo del objeto social principal del ente económico y registra, sobre la base de causación, las sumas o valores en que se incurre durante el ejercicio, directamente relacionados con la gestión administrativa encaminada a la dirección, planeación y organización de las políticas establecidas para el desarrollo de la actividad operativa del ente económico, incluyendo básicamente las incurridas en las áreas ejecutiva, financiera, comercial, legal y administración. (Fierro & Fierro, 2015, pág. 322)

Estos gastos representan el pago al personal que se halla directamente en las áreas administrativas, como los salarios del gerente, contador y secretaria y también cubre los egresos incurridos en los suministros de oficina o equipos de cómputo, depreciaciones y amortizaciones dependerá de las actividades que desempeñe la entidad.

#### **2.5.6.2 Gastos de ventas o distribución**

Comprende los gastos ocasionados en el desarrollo principal del objeto social del ente económico y se registran, sobre la base de caución, las sumas o valores en que se incurre durante el ejercicio, directamente relacionados con la gestión de ventas encaminada a la dirección, planeación y organización de las políticas establecidas para el desarrollo de la actividad de ventas del ente económico, incluyendo básicamente las incurridas en las

áreas ejecutiva, de distribución, mercadeo, comercialización, promoción, publicidad y ventas. (Fierro & Fierro, 2015, pág. 323)

Son aquellos gastos que se efectúan en la preparación y almacenamiento de los productos para la venta, estos aspectos son primordiales ya que permite que el bien o servicio tenga rotación.

### **2.5.7 Estados financieros**

Los estados financieros tienen una revelación fundamental, ya que comunican la situación y el desarrollo financiero de una entidad a una fecha determinada o por un periodo definido; además proveen información de la entidad acerca de su situación financiera, del resultado de sus operaciones y de los cambios en el capital o patrimonio contable o en sus recursos o fuentes.

#### **2.5.7.1 Estado de situación financiera**

(Romero, 2013) manifiesta: “El estado de situación financiera, también llamado balance general o estado de posición financiera, muestra información relativa sobre los recursos y obligaciones financieros de la entidad a una fecha determinada” (pág. 94).

En el estado de situación financiera se refleja los movimientos realizados por la empresa en cuanto a activos, pasivos y capital.

#### **2.5.7.2 Estado de resultado integral**

El estado de resultado integral debe mostrar la información relativa a las operaciones de una entidad durante un periodo contable, mediante un adecuado enfrentamiento de sus ingresos con los costos y gastos relativos, para determinar la utilidad o pérdida neta, así como el resultado integral del periodo. (Romero, 2013, pág. 109)

El estado de resultado integral es un documento importante en toda empresa, ya que en este se ubican rubros por ingresos de ventas de productos o servicios, egresos o gastos realizados, y sus utilidades o ganancias después de haber realizado actividades o movimientos en el periodo contable.

#### **2.5.7.3 Estado de flujos de efectivo**

El estado de flujos de efectivo informa sobre el origen y la utilización de los activos monetarios representativos de efectivo y otros medios líquidos equivalentes, clasificando los movimientos por actividades (explotación, inversión y financiación), e indicando la variación neta de dicha magnitud (efectivo), en el ejercicio. (Escribano & Jiménez, 2014, pág. 163)

El estado de flujos de efectivo es un documento financiero muy importante en las empresas, ya que mediante este se refleja los movimientos referentes al efectivo y sus equivalentes, en cuanto a las actividades operativas, de inversión y financieras.

#### **2.5.7.4 Estado de cambios en el capital contable**

El estado de cambios en el capital contable es un estado financiero básico que muestra los cambios en la inversión de los propietarios o dueños, la utilidad o pérdida neta, o en su caso el resultado integral y el movimiento de las reservas durante el periodo. (Romero, 2013, pág. 158)

Mediante el estado de cambios en el capital contable los propietarios de empresas pueden conocer los movimientos de su inversión, con el fin de acertar con la mejor decisión sobre la evolución del patrimonio.

## **2.5.8 Indicadores de medición**

### **2.5.8.1 Valor actual neto (VAN)**

(Araujo, 2013) manifiesta: “Es el valor obtenido mediante la actualización de los flujos netos del proyecto, ingresos menos egresos, considerando la inversión como un egreso a una tasa de descuento determinada previamente” (pág.137).

Mediante este indicador se puede establecer si el proyecto es viable y para lo cual es necesario realizar una diferencia entre ingresos y egresos, entonces se establece si el VAN es positivo, el proyecto es rentable; pero si el VAN es igual a cero se establece que el proyecto cubre los costos mínimos y si el VAN es negativo se estima que el proyecto no es viable.

### **2.5.8.2 Tasa interna de retorno (TIR)**

(Araujo, 2013) define: “Es la tasa de actualización que iguala el valor presente de los ingresos totales con el valor presente de los egresos totales de un proyecto en estudio” (pág.136).

Este indicador constituye la tasa de rendimiento que representa la vida útil del proyecto estudiado, siempre y cuando el VAN sea igual a cero.

### **2.5.8.3 Costo-Beneficio**

(Araujo, 2013) menciona: “También llamado índice de reditabilidad, es el cociente de los flujos descontados de los beneficios o ingresos del proyecto, sobre los flujos descontados de los costos o egresos totales del proyecto” (pág.137).

Este indicador permite conocer ciertamente si un proyecto es ejecutable o no, además se puede establecer la utilidad por cada dólar invertido.

#### **2.5.8.4 Periodo de recuperación de la inversión**

(Marín, Montiel, & Ketelhöhn, 2014) manifiesta: “El periodo de recuperación de una inversión es el tiempo que tarda en recuperarse la inversión inicial del proyecto” (pág.62).

El periodo de recuperación de la inversión es considerado como un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo, lo cual permite anticipar los eventos en el corto plazo o en el periodo inicial del proyecto.

#### **2.5.8.5 Punto de equilibrio**

(Meza O. J., 2015) define: “El punto de equilibrio se define como aquel punto o nivel de ventas en el cual los ingresos totales son iguales a los costos totales y, por lo tanto, no se genera ni utilidad ni pérdida contable en la operación” (pág. 123).

El punto de equilibrio es aquel donde los ingresos y gastos se igualan, además permite que la empresa conozca los valores reales en cuanto a ganancias o pérdidas que se hayan dado durante el periodo.

### **2.6 Estructura organizacional**

#### **2.6.1 Organigrama**

El organigrama es la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o una de sus áreas, en la que se muestra la composición de las unidades administrativas que la integran, sus relaciones, niveles jerárquicos, canales formales de comunicación, líneas de autoridad, supervisión y asesoría. (Benjamín & Fincowsky, 2014, Pág. 100).



El organigrama conforma el diseño que la empresa establece dentro de su organización en cuanto a la composición jerárquica, además es primordial en la empresa ya que mediante éste se pueden utilizar canales formales de comunicación.

### **2.6.2. Estructura organizacional**

(Benjamín & Fincowsky, 2014) manifiesta: “La estructura organizacional es el sistema formal de tareas, la forma de delegar autoridad, coordinar las acciones y utilizar los recursos para lograr las metas de la organización” (pág.153).

La estructura organizacional comprende la adecuación de los departamentos y la delimitación de puestos en una organización con el propósito de distribuir adecuadamente cada área.

### **2.6.3 Misión**

(Pérez & Ramírez, 2012) mencionan: “La misión es un enunciado breve y conciso que incluye los ideales, objetivos y actividades que persigue la organización” (pág.15).

La misión permite identificar a lo que se dedica la empresa y cuáles son los productos o servicios que brinda la misma.

### **2.6.4 Visión**

Es la declaración que señala a donde se quiere llegar como comunidad en un tiempo determinado. Es el lazo que une el presente y el futuro. Es el sueño que aspiramos para estar bien todos y todas, lo que imaginamos y esperamos de nuestro futuro. (Cómo nos ven desde afuera). (Pérez & Ramírez, 2012, pág. 14)

La visión da a conocer las expectativas que desea cumplir la entidad, es decir a dónde quiere llegar en un periodo determinado.

### **2.6.5 Valores**

Los valores de la empresa conforman los pilares más importantes de cualquier organización, ya que con ellos se define a sí misma, porque estos son parte de una empresa y sus miembros, mediante estos se define la carta de presentación de la misma.

### **2.6.6 Objetivos**

(Pérez & Ramírez, 2012) manifiestan: “Se refieren a aquellos aspectos que se quieren lograr para concretar la Visión. Tratan de presentar de forma concreta y específica esa gran intención que esta expresada en la visión de desarrollo de la comunidad” (pág.17).

Los objetivos representan aspectos o metas que la empresa desea alcanzar en un determinado tiempo, logrando de alguna manera cumplir al máximo sus intereses.

### **2.6.7 Política**

(Lerma, Bárcena, & Juárez, 2012) mencionan: “Definición de políticas es el paso donde se establecen las normas o patrones de conducta y producción que deben de seguirse dentro de la organización” (pág.13).

(Koontz, Weihrich, & Cannice, 2012) definen: “Las políticas también son planes, pues son declaraciones o interpretaciones generales que orientan o dirigen las reflexiones para la toma de decisiones” (pág.111).

Las políticas son estándares que deben cumplir todas las personas que conforman la organización, ya que facilitan mejorar la conducta de los mismos, permitiendo de alguna manera regenerar las relaciones entre todos.

## **2.7 Impactos**

(Arboleda, 2013) define: “Un impacto es el resultado de los efectos de un proyecto empresarial” (pág.398).

Es el resultado positivo o negativo que podría generar el proyecto en el momento de su ejecución, para lo cual es necesario impulsar acciones que minimicen dichos impactos.

## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

En este capítulo se determinó y cuantificó la oferta y demanda, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización, mediante acciones destinadas a describir y analizar las técnicas de investigación como la observación y recolección de datos.

#### **3.1 Introducción**

Se estableció el comportamiento y necesidades de los potenciales consumidores, en cuanto a la cantidad de producción y el número de personas que adquirirá el bien. Este estudio de mercado permite conocer la cantidad demandada, características, comercialización y posicionamiento del producto en el mercado.

En Imbabura existen empresas que se dedican a la elaboración de ataúdes de madera y solo uno produce ataúdes metálicos, por lo tanto, se analiza la posibilidad de impulsar esta pequeña empresa, la misma que formará un encadenamiento productivo y que cumple con funciones socioeconómicas como la generación de empleo, también existen empresas que se dedican a brindar los servicios funerarios pero con distintas características a las propuestas en este proyecto; además, para la elaboración de lápidas se propone realizar diseños distintos a los tradicionales, es decir que estas cumplan con los requerimientos de los familiares de las personas fallecidas, la microempresa contará con todos los servicios funerarios, la venta de lápidas y todo lo que necesita en esos momentos de dolor por la pérdida de un ser querido, en un solo sitio.

En el presente estudio se considera de vital importancia la fabricación de ataúdes, ya que a través del análisis de la demanda, oferta y precios del mercado se puede establecer

la factibilidad del proyecto, también permite conocer el número de consumidores y funerarias a las que se puede llegar.

Es necesario el desarrollo de este capítulo ya que sirve de base para la buena realización del estudio técnico y estudio financiero para determinar la viabilidad del estudio de factibilidad y también la aceptación del producto en el mercado, con el fin de asegurar su posicionamiento.

### **3.2 Objetivos del estudio de mercado**

#### **3.2.1 Objetivo general**

Realizar un estudio de mercado, mediante el análisis de variables como la oferta y la demanda, producto, precio y el mercado para determinar si existe una demanda insatisfecha y establecer los canales de distribución adecuados para hacer llegar el producto al mercado, tratando de disminuir la incertidumbre de los inversionistas.

#### **3.2.2 Objetivos específicos**

- Identificar el producto para su comercialización.
- Determinar la demanda general y potencial del producto.
- Realizar un análisis para conocer la oferta.
- Establecer el nivel de precio del producto.
- Establecer los medios de comercialización apropiados para la ejecución del estudio.

### 3.3 Matriz de variables de estudio de mercado

**Cuadro 11 Matriz de variables del estudio de mercado**

Objetivos Específicos	Variables	Indicadores	Instrumentos	Fuentes
1. Identificar las características del producto para su comercialización.	Producto	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Diseños</li> <li>✓ Tamaño</li> <li>✓ Colores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Encuesta a consumidores</li> <li>✓ Entrevista a expertos (fabricantes de ataúdes y lápidas)</li> </ul>	Primaria
2. Determinar la demanda general y potencial del producto.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tipos de ataúdes</li> <li>✓ Tipos de lápidas</li> <li>✓ Aceptación de la empresa</li> <li>✓ Estudio de la cantidad demandada</li> <li>✓ Comportamiento de la demanda</li> <li>✓ Preferencia de la demanda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Encuesta a consumidores</li> <li>✓ Encuesta a propietarios de funerarias</li> <li>✓ Entrevista a expertos (fabricantes de ataúdes y lápidas)</li> </ul>	Primaria
3. Realizar un análisis para conocer la oferta.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cantidad de la oferta</li> <li>✓ Proyección de la oferta</li> <li>✓ Productos y servicios sustitutos y complementarios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Encuesta a propietarios de funerarias</li> </ul>	Primaria
4. Establecer el nivel de precio del producto.	Precio	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Nivel de precios</li> <li>✓ Factores de fijación de precio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Encuesta a consumidores</li> <li>✓ Encuesta a propietarios de funerarias</li> <li>✓ Entrevista a expertos (fabricantes de ataúdes y lápidas)</li> </ul>	Primaria
5. Establecer los medios de comercialización apropiados para la ejecución del estudio.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Canales de comercialización</li> <li>✓ Estrategias de marketing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Encuesta a consumidores</li> </ul>	Primaria

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

### **3.4 Información del producto y servicio**

#### **3.4.1 Características**

##### **3.4.1.1 Ataúd**

Los ataúdes serán hechos a base de madera y metal y dependiendo del diseño tendrán accesorios como apliques metálicos de distintas imágenes religiosas, agarraderas, encajes y el tapiz será elaborado en distintas clases de telas.

También se realizarán ataúdes para niños y urnas de madera, las cuales serán elaboradas en base a las exigencias de las familias.

##### **3.4.1.2 Lápida**

Su estructura estará elaborada a base de mármol, granito, porcelanato y vidrio, los mismos que serán hechos en base a las exigencias de los familiares de las personas fallecidas, estos se realizan como diseñados o tallados y los apliques o imágenes que tendrán una lápida dependerán del gusto del consumidor.

##### **3.4.1.3 Servicios exequiales**

Los servicios funerarios están establecidos en base a la economía de las personas por lo tanto se facilita tres paquetes por los que pueden optar las familias de los fallecidos:

**Cuadro 12 Servicios exequiales que brindará la microempresa**

SERVICIO COMPLETO	SERVICIO BÁSICO	SERVICIO ECONÓMICO
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ataúd de madera</li> <li>• Sala de velación por 24h.</li> <li>• Servicio de carroza</li> <li>• Servicio religioso (Misa)</li> <li>• Dos adornos florales</li> <li>• Un rosario de oración</li> <li>• Insumos y servicios de cafetería</li> <li>• Formolización</li> <li>• Acompañamiento musical</li> <li>• Parte mortuario</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ataúd de metal</li> <li>• Sala de velación por 24h.</li> <li>• Servicio de carroza</li> <li>• Servicio religioso (Misa)</li> <li>• Dos adornos florales</li> <li>• Un rosario de oración</li> <li>• Insumos y servicios de cafetería</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ataúd de metal</li> <li>• Sala de velación por 24h.</li> <li>• Servicio de carroza</li> <li>• Insumos de cafetería</li> </ul>

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

La microempresa además de los tres paquetes ofrecerá servicio a domicilio de capilla ardiente, traslados fuera de la ciudad, asesoría legal y cremación mediante convenios con la empresa “Renacer – Servicios Exequiales” de la ciudad de Quito.

### 3.4.2 Ventajas y desventajas

#### 3.4.2.1 Ataúd de madera:

**Cuadro 13 Ventajas y desventajas de los ataúdes de madera**

VENTAJAS	DESVENTAJAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Elaborados con materia prima que proporciona mayor resistencia en el momento del traslado de la persona fallecida.</li> <li>➤ Se descompone más rápido</li> <li>➤ Fácil de construir</li> <li>➤ Mayor preferencia por las familias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Su estructura es más pesada</li> <li>➤ Su costo es más alto</li> </ul>

**Fuente:** Entrevista a expertos (Luciano Unda)

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### 3.4.1.4 Ataúd de metal:

**Cuadro 14 Ventajas y desventajas de los ataúdes de metal**

VENTAJAS	DESVENTAJAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Están revestidos con material que absorbe los líquidos.</li> <li>➤ Su estructura es más liviana</li> <li>➤ Su costo es más económico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ No se descompone tan rápido</li> <li>➤ Difícil de construir</li> <li>➤ Menor preferencia por las familias</li> </ul>

**Fuente:** Entrevista a expertos (Luciano Unda)

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016



#### **3.4.1.4 Ventajas de la lápida**

- Son resistentes al agua y sol y tienen mayor durabilidad.
- Es una estructura firme al momento de realizar el cincelado.
- Su elaboración es sencilla y acorde a la economía de los familiares de las personas fallecidas.
- Permiten que los familiares puedan plasmar en las mismas frases o imágenes con características que tenía el fallecido.

#### **3.4.1.5 Ventajas de los servicios exequiales**

- Mayor comodidad en los espacios o instalaciones.
- Permiten pasar con mayor serenidad y menor tensión tales momentos.
- Ahorro de tiempo al momento de arreglar y preparar el último adiós de un ser querido.

### **3.5 Segmentación del mercado**

En la segmentación del mercado se sigue el siguiente proceso:

#### **3.5.1 Variables de segmentación**

**3.5.1.1 Segmentación geográfica:** Está dirigido a los propietarios de funerarias, salas de velaciones y familias de la provincia de Imbabura que está comprendida por los siguientes cantones:

- Ibarra
- Antonio Ante
- Cotacachi
- Otavalo
- Pimampiro

- San Miguel de Urcuquí

**3.5.1.2 Segmentación demográfica:** Está enfocado principalmente a los propietarios de funerarias y familias de la provincia de Imbabura sin distinción de edad, género y religión.

**3.5.1.3 Segmentación socio-económica:** Va dirigida a los propietarios de funerarias y familias sin distinguir la clase social, ingresos económicos y estilo de vida.

### 3.5.2 Mercado meta

El proyecto va dirigido a los propietarios de funerarias y familias de la provincia de Imbabura.

**Cuadro 15 Funerarias de Imbabura**

CANTÓN	FUNERARIAS 2016
Ibarra	FUNERARIA TERÁN FUNERARIA CEMENTERIO SAN MIGUEL DE IBARRA BOSMEDIANO ASOCIADOS FUNERARIA SOCIEDAD DE ARTESANOS FUNERARIA LA MERCED FUNERARIA COLON SERVINMED EXEQUIAL FUNERARIA LOURDES FUNERARIA LA DOLOROSA FUNERARIA SOCIEDAD DE ARTESANOS (San Antonio)
Antonio Ante	FUNERARIA EL JORDAN FUNERARIA SOCIEDAD DE ARTESANOS FUNERARIA ATUNTAQUI
Cotacahi	FUNERARIA SOCIEDAD DE ARTESANOS FUNERARIA UNDA SAN PEDRO FUNERARIA ESPERANZA
Otavaló	FUNERARIA INDIGENA SAN ROQUE FUNERARIA INDIGENA UNA ESPERANZA FUNERARIA Y MARMOLERA LA DOLOROSA FUNERARIA UNDA JR. FUNERARIA UNDA FUNERARIA SAN FRANCISCO
Pimampiro	FUNERARIA LA DOLOROSA FUNERARIA Y CASA DE VELACIONES SAN PEDRO
San Miguel de Urcuquí	FUNERARIA URCUQUÍ FUNERARIA MORALES

**Fuente:** Base de datos de patentes – Municipios de Imbabura

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

**Cuadro 16 Números de familias de Imbabura**

CANTÓN	NÚMERO DE FAMILIAS 2016
Ibarra	48.708
Antonio Ante	11.688
Cotacachi	10.810
Otavalo	28.216
Pimampiro	3.513
San Miguel de Urcuquí	4.229
<b>Total</b>	<b>107.165</b>

**Fuente:** Boletines INEC censo 2010

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

### 3.6 Calculo de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se tomó del total de número de familias y funerarias de la provincia de Imbabura, datos obtenidos del INEC al año 2016.

#### 3.6.1 Fórmula

Se aplicará la siguiente fórmula para obtener el número de encuestas que serán aplicadas a los propietarios de funerarias y familias.

##### 3.6.1.1 Número de familias:

$$n = \frac{N * d^e * z^2}{e^2(N - 1) + d^2 * z^2}$$

**n**= muestra

**N**= Población o universo de investigación

**d<sup>2</sup>**= Desviación estándar de la población. El valor constante equivale a 0,25, ya que la desviación típica es 0,5.

**z<sup>2</sup>**= Nivel de confianza. El valor de la constante es 1,96%.

**e<sup>2</sup>**= Límite de error máximo aceptable es de 1% y 5%.

$$n = \frac{N * d^e * z^2}{e^2(N - 1) + d^2 * z^2}$$

$$n = \frac{107165 * 0,5^2 * 1,96^2}{0,05^2(107165 - 1) + 0,5^2 * 1,96^2}$$

$$n = \frac{107165 * 0,25 * 3,8416}{0,0025(107165 - 1) + 0,25 * 3,8416}$$

$$n = \frac{102921,27}{267,91+0,9604}$$

$$n = 382$$

### 3.6.1.2 Número de funerarias:

**Cuadro 17 Número de funerarias de Imbabura**

CANTÓN	N° DE FUNERARIAS
Ibarra	10
Antonio Ante	3
Cotacahi	3
Otavalo	6
Pimampiro	2
San Miguel de Urcuquí	2
<b>Total</b>	<b>26</b>

**Fuente:** Base de datos de patentes – Municipios de Imbabura

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

Se aplicó 382 encuestas a las familias de Imbabura y 26 a las funerarias, con el fin de obtener información que ayude a determinar la viabilidad del estudio de factibilidad.

## 3.7 Técnicas e instrumentos

### 3.7.1 Información primaria

Es la técnica que aplica todo investigador con el propósito de realizar un estudio determinado o sobre un tema específico, para lo cual se emplea herramientas como: la encuesta, la entrevista y la observación directa.

### **3.7.1.1 Encuesta**

Es una herramienta necesaria para la investigación de un cierto tema, la misma que permite obtener información directa, por lo tanto se realizará encuestas a las familias ya que se puede conocer los gustos preferencias en cuanto al producto, además para determinar la aceptación del mismo y de la microempresa..

### **3.7.1.2 Entrevista**

Es una herramienta que permite obtener información adecuada, mediante una conversación con una o varias personas.

## **3.8 Tabulación y análisis de la observación**

### **3.8.1 Encuesta dirigida a las familias de la provincia de Imbabura**

## 1. ¿SEXO DEL ENCUESTADO?

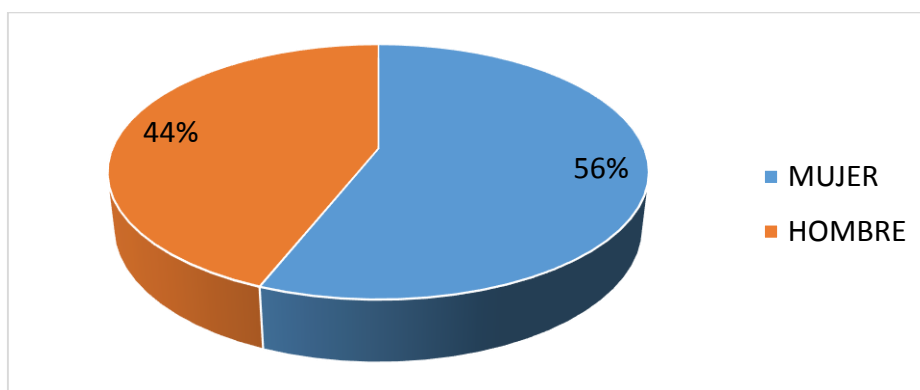
**Cuadro 18 Sexo del consumidor**

SEXO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mujer	214	56%
Hombre	168	44%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016



*Gráfico 5 Sexo del consumidor*

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

### Análisis:

Se realizó la encuesta a un porcentaje del 56% que corresponde a mujeres y en un menor porcentaje del 44% correspondiente a hombres, lo que permite conocer que las familias se encuentran conformadas en la mayor parte por las mujeres, esto ayuda a determinar los gustos y preferencias de las personas.

## 2. ¿CIUDAD DÓNDE VIVE?

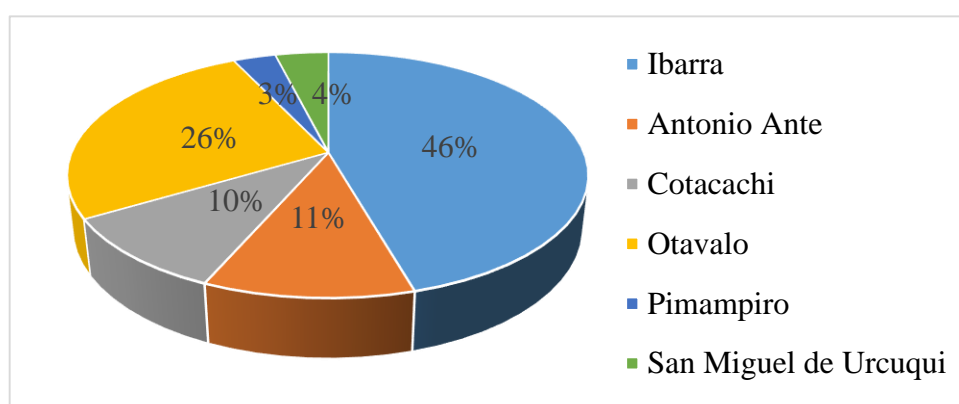
**Cuadro 19 Ciudad dónde vive el consumidor**

CIUDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ibarra	174	46%
Antonio Ante	42	11%
Cotacachi	38	10%
Otavalo	101	26%
Pimampiro	12	3%
San Miguel de Urcuquí	15	4%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016



*Gráfico 6 Ciudad dónde vive el consumidor*

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

### **Análisis:**

El número de encuestas se estableció en base a la población de cada ciudad con el fin de poder determinar las características de gustos y preferencias de cada una de ellas, por lo tanto la mayor parte de encuestados es de la ciudad de Ibarra y Otavalo, mientras que la diferencia representa a Pimampiro, Urcuquí, Cotacachi y Antonio Ante.

**3. ¿Conoce si existen empresas dedicadas a la producción de ataúdes en la ciudad donde vive?**

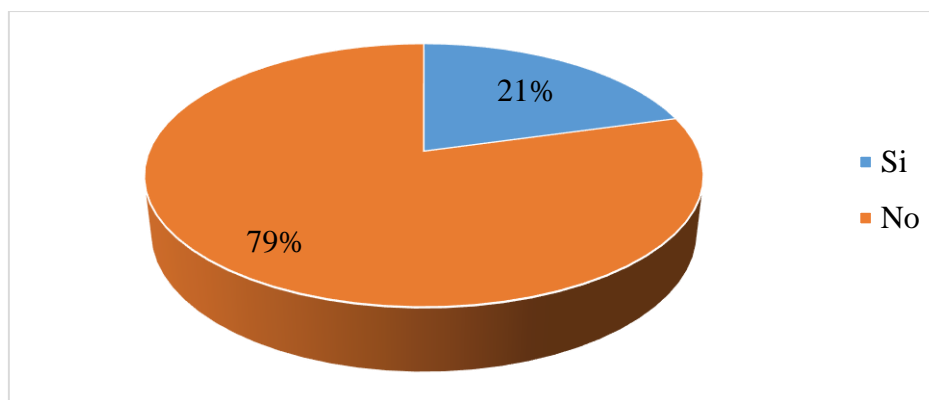
**Cuadro 20 Existencia de empresas productoras de ataúdes**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	79	21%
No	303	79%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016



*Gráfico 7 Existencia de empresas productoras de ataúdes*

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

**Análisis:**

Mediante la encuesta se determinó que la mayor parte de habitantes de Imbabura corresponde al 79% no conocen la existencia de empresas productoras de ataúdes, por lo tanto el 21% saben de empresas dedicadas a dicha producción, tal porcentaje corresponde a la ciudad de Otavalo ya que allí hay fabricantes de dicho producto, sin embargo no toda su población conoce de las mismas.



#### 4. ¿Algún familiar o conocido ha fallecido en el último año?

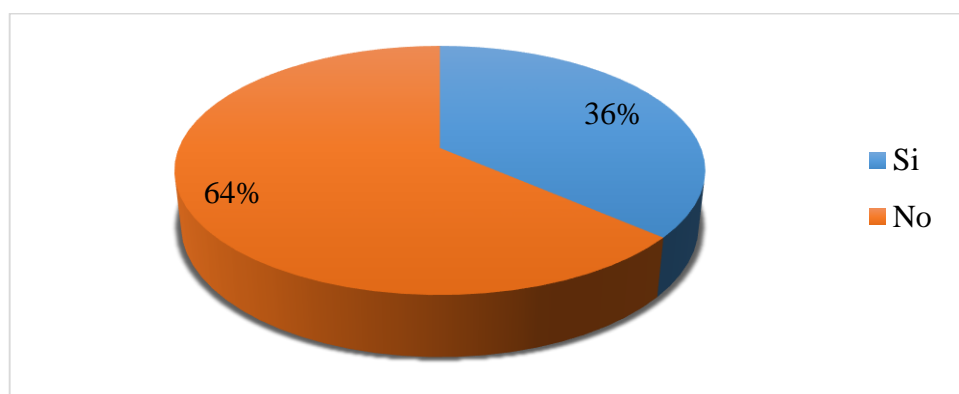
**Cuadro 21 Número de fallecidos en el último año**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	139	36%
No	243	64%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016



*Gráfico 8 Número de fallecidos en el último año*

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### **Análisis:**

En base a la información obtenida de las encuestas el 64% de las familias no han perdido un ser querido, sin embargo el restante de la población Imbabureña correspondiente al 36% ha tenido que pasar por momentos dolorosos, esta investigación permite conocer la tasa de mortalidad que va entorno al 0,5% de personas fallecidas en la provincia.

**5. ¿Qué aspectos tomaría en cuenta al momento de adquirir un ataúd en caso de fallecimiento de un ser querido?**

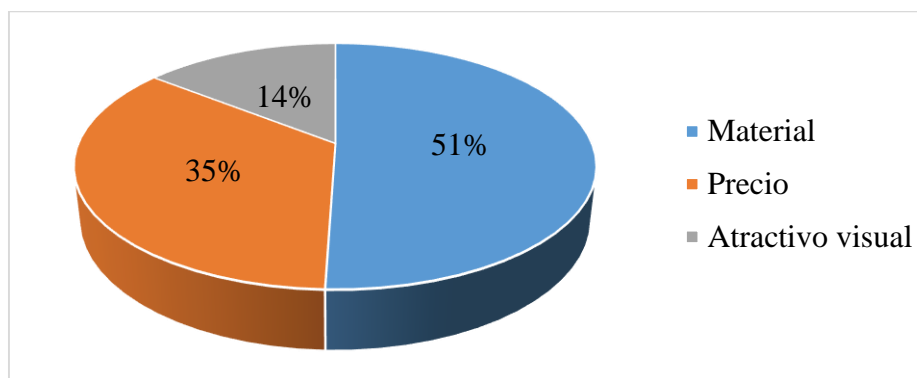
**Cuadro 22 Aspectos importantes para adquirir un ataúd**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Material	193	51%
Precio	134	35%
Atractivo visual	55	14%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016



*Gráfico 9 Aspectos importantes para adquirir un ataúd*

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

**Análisis:**

De acuerdo a los resultados la mayor parte de la población correspondiente al 51% considera más importante el material con el cual estará elaborado el producto y la menor parte de las personas optan por el atractivo visual, es decir que las personas no prefieren lo más bonito o llamativo, por lo tanto esta información obtenida nos permite establecer que el producto a elaborar debe ser realizado con la mejor materia prima con el fin de que ésta sea resistente al momento del traslado de un ser querido.

**6. ¿En caso de fallecimiento de un ser querido de qué material preferiría que este elaborado el ataúd?**

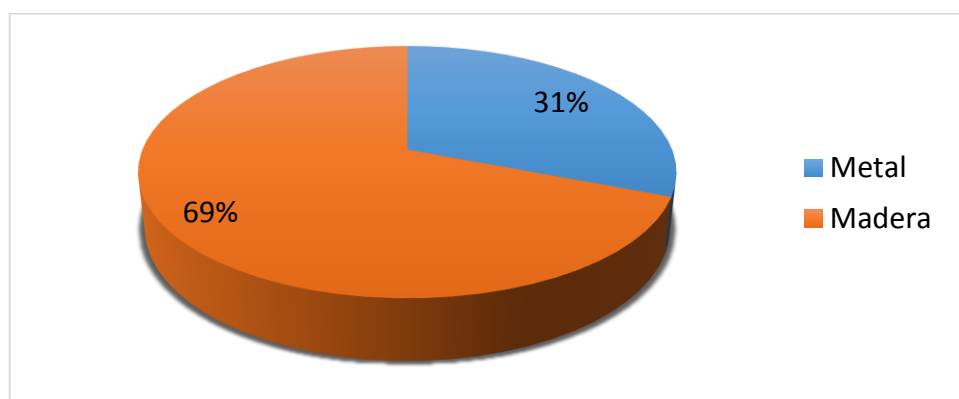
**Cuadro 23 Preferencia del material utilizado en un ataúd**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Metal	118	31%
Madera	264	69%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016



*Gráfico 10 Preferencia del material utilizado en un ataúd*

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

**Análisis:**

La mayor parte de las familias de Imbabura correspondiente al 69% prefieren los cofres de madera y el 31% optan por el metal, esta información es necesaria para determinar la cantidad de ataúdes que se debe elaborar con cada uno de los materiales, además dependerá de los gustos y preferencias de la gente de cada cantón.

## 7. ¿Qué cantidad de dinero pagaría por un ataúd en caso de fallecimiento de un ser querido?

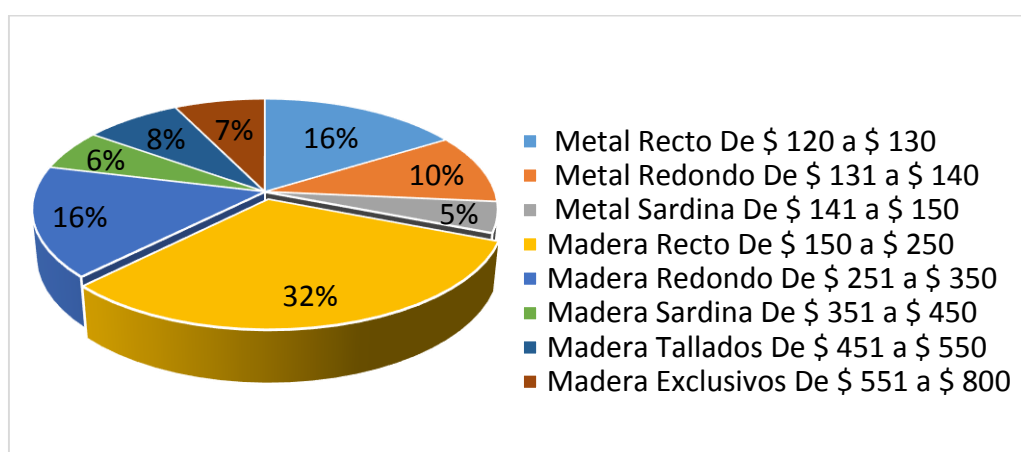
**Cuadro 24 Precio de los ataúdes**

ALTERNATIVA			FRECUENCIA	PORCENTAJE
MATERIAL	DISEÑOS	PRECIO		
Metal	Recto	De \$ 120 a \$ 130	62	16%
	Redondo	De \$ 131 a \$ 140	39	10%
	Sardina	De \$ 141 a \$ 150	17	5%
Madera	Recto	De \$ 150 a \$ 250	121	32%
	Redondo	De \$ 251 a \$ 350	62	16%
	Sardina	De \$ 351 a \$ 450	23	6%
	Tallados	De \$ 451 a \$ 550	30	8%
	Exclusivos	De \$ 551 a \$ 800	28	7%
<b>Total</b>			<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016



*Gráfico 11 Precio de los ataúdes*

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

### **Análisis:**

El 23% de los encuestados prefieren los ataúdes de madera en diseño recto o lineal a un precio de \$150,00 a \$250,00 y en cuanto a los que optaron por los metálicos correspondiente al 16% prefieren en diseño recto a un precio de \$120,00 a \$130,00; lo que permite conocer el diseño con más acogida por las familias y por consiguiente conocer el valor que están dispuestos a pagar por los mismos.

**8. ¿De los siguientes tipos de colores cuál es de su preferencia?**

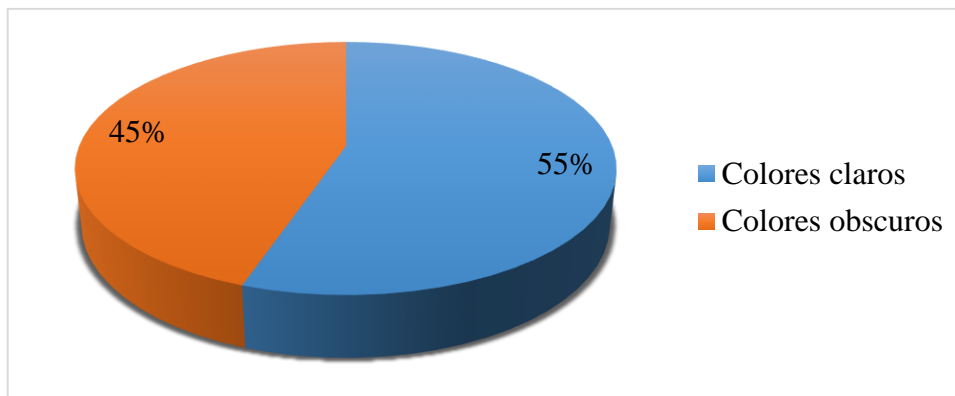
**Cuadro 25 Preferencia en colores**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Colores claros	211	55%
Colores oscuros	171	45%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016



*Gráfico 12 Preferencia en colores*

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

**Análisis:**

En lo que respecta a colores preferidos por las familias se encuentran el 55% con colores claros, no obstante los oscuros se encuentran en el 45% lo que quiere decir que para la elaboración de ataúdes se puede optar por los dos tipos de colores, ya que los porcentajes no difieren por mucho.

**9. ¿De qué manera realizaría la adquisición de un ataúd en caso de fallecimiento de un ser querido?**

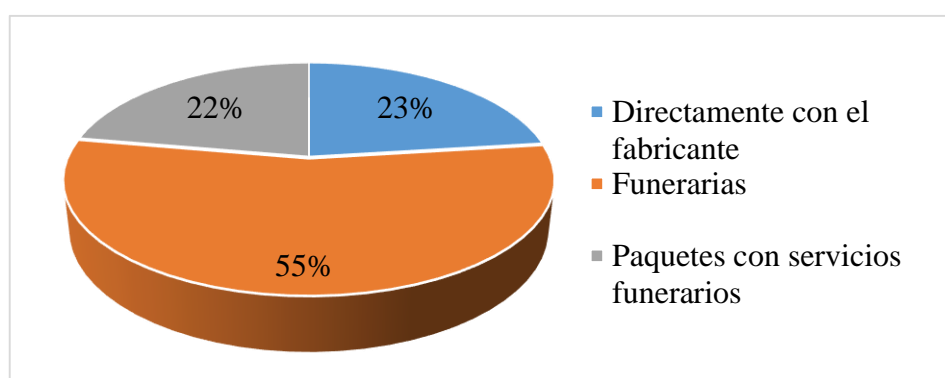
**Cuadro 26 Forma de adquisición del producto**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Directamente con el fabricante	88	23%
Funerarias	209	55%
Paquetes con servicios funerarios	85	22%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016



*Gráfico 13 Forma de adquisición del producto*

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

**Análisis:**

El 55% de las familias prefieren adquirir los ataúdes por medio de las funerarias ya que las mismas facilitan tener al alcance el producto con mayor comodidad, el 23% prefieren adquirir directamente con el fabricante y su restante el 22% optan por adquirir por medio de paquetes con servicios funerarios, esta información sirve para determinar los canales de comercialización que utilizará la empresa para hacerse conocer por sus posibles clientes.

## 10. ¿Cuándo fallece alguna persona de su familia dónde realiza su velación?

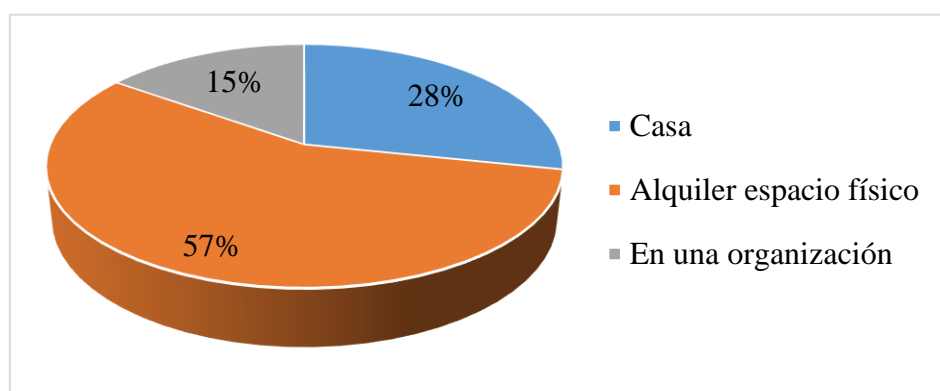
**Cuadro 27 Lugar utilizado para la velación de un ser querido**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Casa	108	28%
Alquiler espacio físico	216	57%
En una organización	58	15%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016



*Gráfico 14 Lugar utilizado para la velación de un ser querido*

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

### **Análisis:**

La mayor parte de las familias correspondientes al 57% manifestaron que para la velación de un ser querido optan por alquilar un espacio físico ya que les permite mayor comodidad al momento de la velación de la persona fallecida, sin embargo el 28% optan por realizar la velación en la casa y el 15% lo realizan en una organización, misma que puede ser pública o privada, esta información permite determinar la acogida del servicio de alquiler de salas de velación.

**11. ¿De crearse la microempresa contrataría los servicios exequiales cuando tenga la pérdida de un ser querido?**

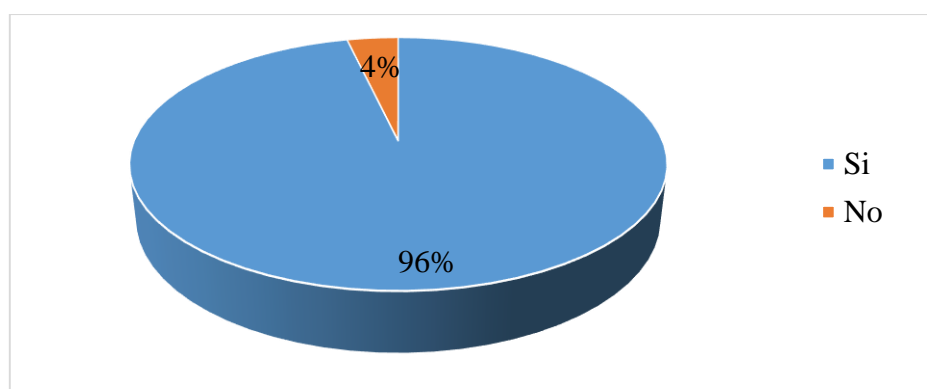
**Cuadro 28 Aceptación de los servicios exequiales**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	368	96%
No	14	4%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016



*Gráfico 15 Aceptación de los servicios exequiales*

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

**Análisis:**

Las familias en gran porcentaje del 96% están dispuestas a contratar los servicios exequiales cuando sufra la pérdida de un ser querido, no obstante el 4% no está dispuesta a adquirir los servicios que ofrecerá la misma, dicha información es necesaria para determinar la acogida de la empresa en la provincia de Imbabura.



**12. ¿En caso de fallecimiento de un ser querido qué servicio estaría dispuesto adquirir?**

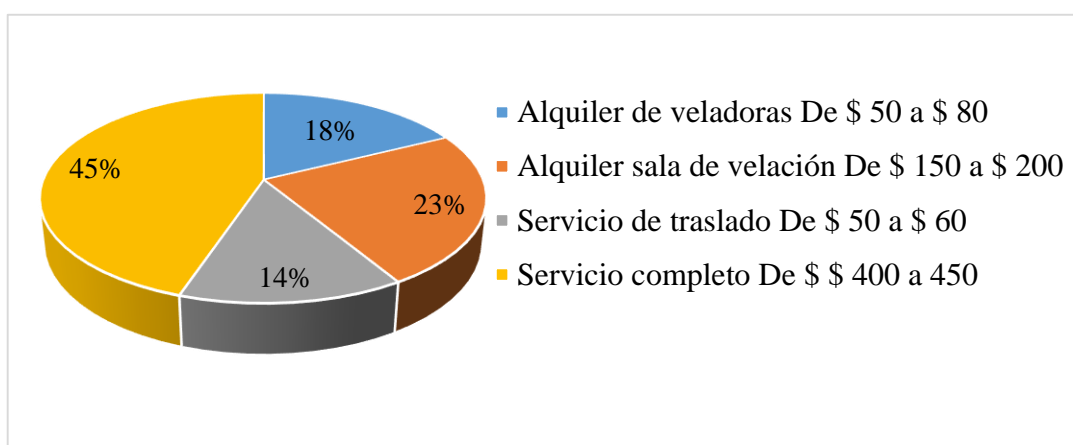
**Cuadro 29 Servicios exequiales a ofertar**

ALTERNATIVA		FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alquiler de veladoras	De \$ 50 a \$ 80	65	18%
Alquiler sala de velación	De \$ 150 a \$ 200	87	23%
Servicio de traslado	De \$ 50 a \$ 60	51	14%
Servicio completo	De \$ \$ 400 a \$ 450	165	45%
<b>Total</b>		<b>368</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016



*Gráfico 16 Servicios exequiales a ofertar*

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

**Análisis:**

Los resultados muestran que el 45% prefieren optar por los servicios exequiales completos, ya que de tal manera ahorran tiempo y esfuerzo, el 23% eligen por el alquiler de sala de velación por lo que en las casas existen casos que no hay suficiente espacio físico, el 18% adquieren la prestación de veladoras y el 14% de las familias optan por el servicio de traslado, de tal manera se puede determinar el servicio con mayor demanda que podría tener el proyecto.

**13. ¿Estaría dispuesto a adquirir directamente en nuestra microempresa lápidas para su ser querido?**

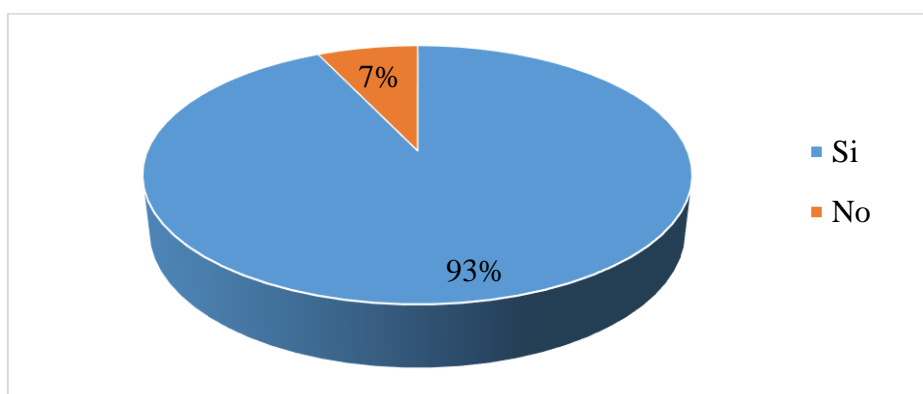
**Cuadro 30 Aceptación de las lápidas**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	355	93%
No	27	7%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016



*Gráfico 17 Aceptación de las lápidas*

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

**Análisis:**

La mayor parte de las familias Imbabureñas el 93% prefieren adquirir directamente en la empresa lápidas para su ser querido, viendo así una oportunidad en el mercado ya que los familiares no solo podrán adquirir los servicios funerarios completos si no que podrán tener al alcance las mismas, tal información es primordial ya que la entidad no solo podrá obtener ingresos de la venta de ataúdes si no que obtendrá otros ingresos que ayuden al crecimiento de la misma.

#### 14. ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en lápidas para su ser querido?

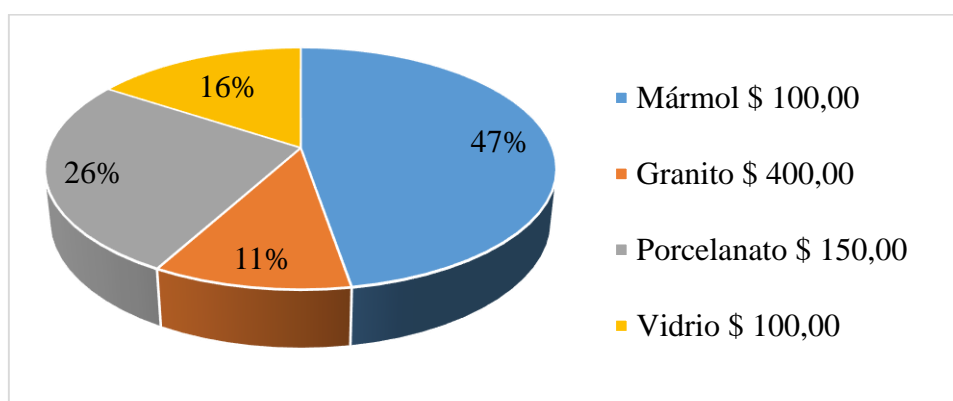
**Cuadro 31 Precio de las lápidas**

ALTERNATIVA		FRECUENCIA	PORCENTAJE
MATERIAL	PRECIO		
Mármol	\$ 100,00	168	47%
Granito	\$ 400,00	38	11%
Porcelanato	\$ 150,00	93	26%
Vidrio	\$ 100,00	56	16%
<b>TOTAL ENCUESTADOS</b>		<b>355</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016



*Gráfico 18 Precio de las lápidas*

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### **Análisis:**

Los resultados muestran que las familias optan por lápidas realizadas en mármol a un precio de \$100,00 en un porcentaje del 47%, por lo que se puede decir que éstas tienen mayor acogida, además eligieron las que están realizadas en porcelanato a un precio de \$150,00 correspondiente al 26%; la información sirve para establecer precios, sin embargo dependerá del diseño y tamaño para definir los mismos.

**15. ¿De qué forma estaría dispuesto pagar nuestros productos y servicios funerarios?**

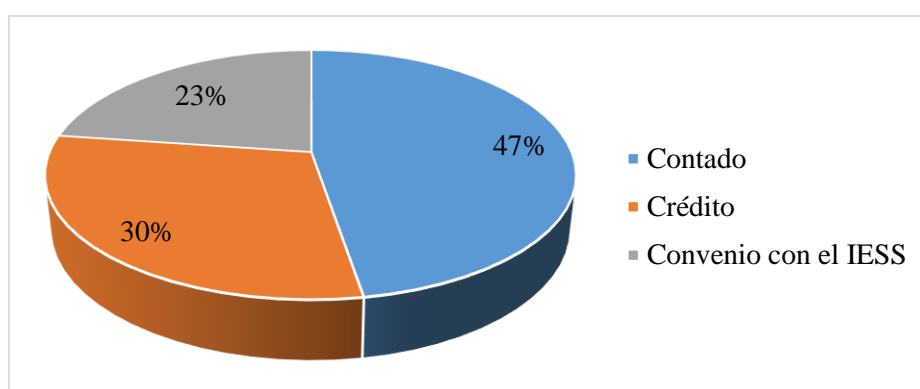
**Cuadro 32 Forma de pago**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Contado	181	47%
Crédito	114	30%
Convenio con el IESS	87	23%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016



*Gráfico 19 Forma de pago*

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

**Análisis:**

De la encuesta realizada se puede decir que en un 47% de las familias están dispuestas a pagar los productos a contado, mientras que en un 30% prefieren pagar a crédito y el 23% pagarían por medio del IESS, dicha información permite conocer el grado de liquidez que podría tener la empresa, además aquí se puede conocer que se puede tener una oportunidad de mercado en cuanto a las personas aseguradas ya que se podrá realizar convenios con el IESS para que las familias adquieran el producto y servicio.

**16. ¿Por qué medio informativo le gustaría que la empresa ofreciera sus productos y servicios?**

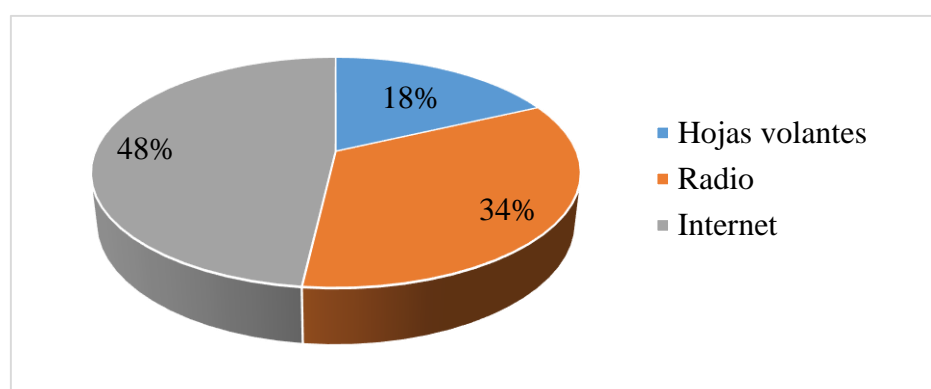
**Cuadro 33 Medio de comunicación**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Hojas volantes	69	18%
Radio	129	34%
Internet	184	48%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016



*Gráfico 20 Medio de comunicación*

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

**Análisis:**

Las personas en un porcentaje del 48% optan como el mejor medio de comunicación al internet, ya que actualmente éstas están más cerca de la tecnología, el 34% de personas prefieren que se haga la publicidad por medio de la radio por cuanto la mayoría de los individuos laboran y escuchan las diferentes emisoras existentes en la provincia y el 18% optaron por hojas volantes porque prefieren tener a disposición información de la empresa, por lo tanto la información obtenida permite que la empresa establezca cual es el mejor medio de comunicación que debe emplear para darse a conocer.

### 3.8.2 Encuestas a los propietarios de funerarias de Imbabura

#### 1. ¿SEXO DEL ENCUESTADO?

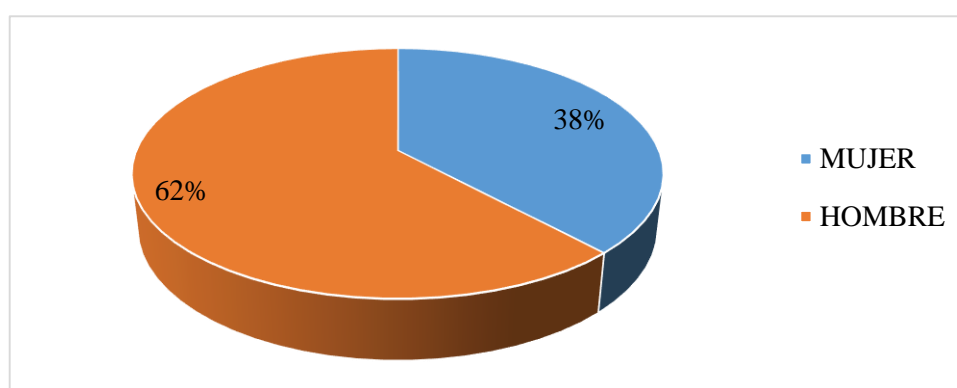
**Cuadro 34 Sexo de los propietarios de funerarias**

SEXO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mujer	8	38%
Hombre	13	62%
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016



*Gráfico 21 Sexo de los propietarios de funerarias*

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### **Análisis:**

De las encuestas que se realizaron a las personas de Imbabura, la mayor parte fueron hombres que representa el 62%, mientras que mujeres corresponde al 38%; tal información es necesaria para saber sobre los posibles clientes y conocer sus preferencias al momento de la compra.

## 2. ¿CIUDAD DÓNDE VIVE?

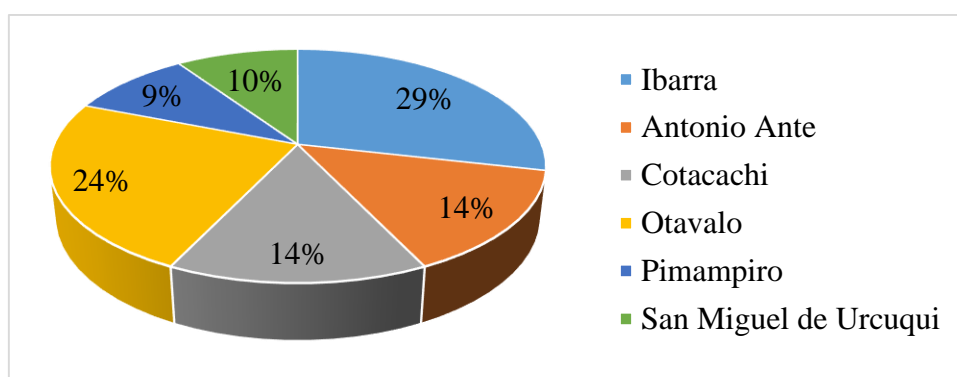
**Cuadro 35 Ciudad dónde vive el propietario de la funeraria**

CIUDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ibarra	6	29%
Antonio Ante	3	14%
Cotacachi	3	14%
Otavalo	5	24%
Pimampiro	2	9%
San Miguel de Urcuquí	2	10%
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016



*Gráfico 22 Ciudad dónde vive el propietario de la funeraria*

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

### **Análisis:**

En base a la información tomada se puede conocer que el 29% corresponde la mayor parte de funerarias ubicadas en Ibarra, el 24% representa a la ciudad de Otavalo, el 14% se encuentran tanto en Antonio Ante como en Cotacachi, mientras que la menor existencia es en la ciudad de Pimampiro y San Miguel de Urcuquí que es el 10% y 9%, tal información es necesaria para determinar el tamaño del mercado y a cuántas funerarias se puede hacer llegar el producto.

**3. ¿Conoce si existen empresas dedicadas a la producción de ataúdes en la ciudad donde vive?**

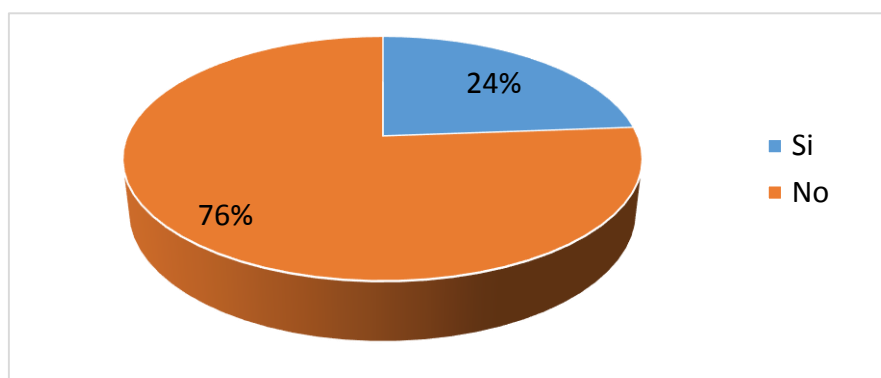
**Cuadro 36 Existencia de empresas productoras de ataúdes**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	5	24%
No	16	76%
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016



*Gráfico 23 Existencia de empresas productoras de ataúdes*

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

**Análisis:**

Según la encuesta aplicada detalla que el 76% no conocen sobre la existencia de empresas productoras de ataúdes en la provincia, sin embargo el 24% corresponde a funerarias que realizan el producto en la ciudad de Otavalo, es decir que éstas pasarían a ser nuestra competencia y a la vez nuestros clientes por lo que aquellas realizan pedidos del producto en metal a otras empresas de Quito y Ambato.



**4. ¿En qué aspectos es conveniente para su organización la creación de una empresa productora de ataúdes en la provincia?**

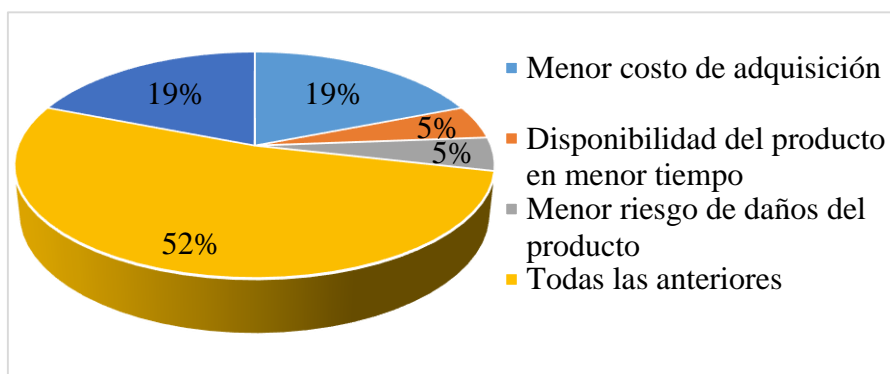
**Cuadro 37 Aspectos importantes sobre la creación de la microempresa**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menor costo de adquisición	4	19%
Disponibilidad del producto en menor tiempo	1	5%
Menor riesgo de daños del producto	1	5%
Todas las anteriores	11	52%
No es conveniente	4	19%
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016



*Gráfico 24 Aspectos importantes sobre la creación de la microempresa*

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

**Análisis:**

El 52% de funerarias estiman que la ejecución del proyecto les favorece, ya que todos los aspectos mencionados son convenientes para dichas empresas; mientras que el 19% asume únicamente que les permitiría reducir sus costos, al 5% les ayudaría a tener el producto en un menor tiempo y se podría reducir el riesgo de daños del mismo y el 19% consideran que no es conveniente porque son aquellas funerarias productoras en Otavalo sin embargo si les beneficia porque podrían adquirir los ataúdes metálicos.

## 5. ¿De crearse la empresa estaría dispuesto a adquirir nuestro producto?

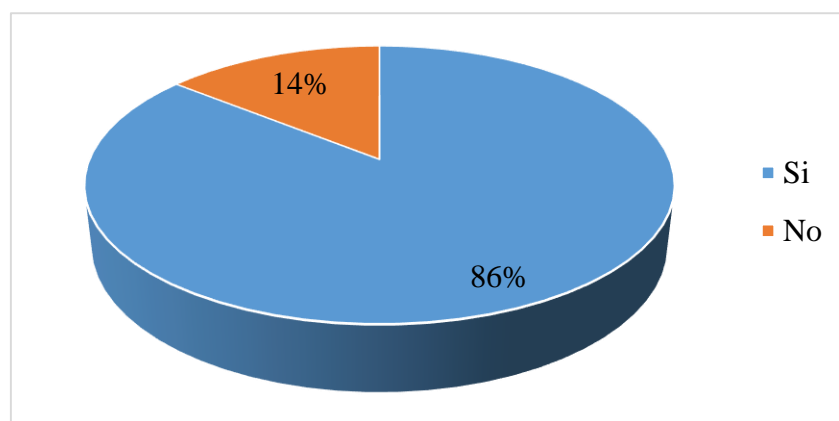
**Cuadro 38 Aceptación por las funerarias a adquirir el producto**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	18	86%
No	3	14%
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016



*Gráfico 25 Aceptación por las funerarias a adquirir el producto*

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

### **Análisis:**

De los propietarios de las funerarias, el 86% están dispuestos a adquirir el producto y el 14% no lo están, es decir que la aceptación de dichas empresas es favorable ya que con ello se puede establecer el nivel de demanda que puede tener la empresa.

## 6. ¿Qué tipos de ataúdes tienen mayor acogida por las familias?

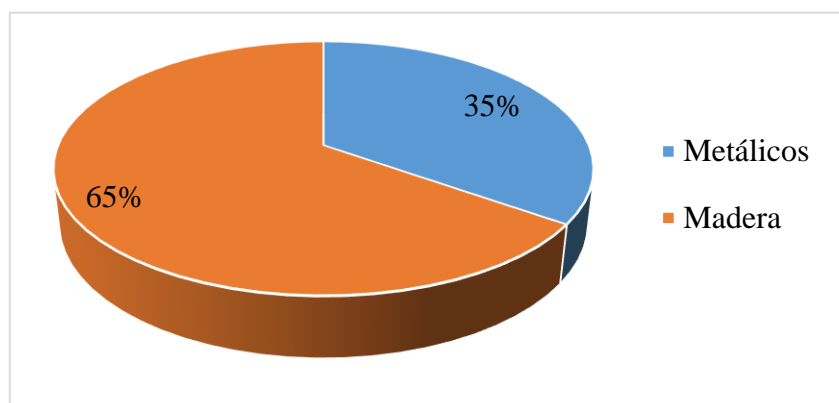
**Cuadro 39 Preferencia del producto por las familias**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Metálicos	8	35%
Madera	15	65%
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016



*Gráfico 26 Preferencia del producto por las familias*

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

### **Análisis:**

El 65% de las funerarias mencionan que las familias tienen preferencia por adquirir un ataúd a base de madera, mientras que el 35% de las personas los prefieren a base de metal, tal información es necesaria para determinar el material con el cual se va a realizar en mayor cantidad.

## 7. ¿A qué precios estaría dispuesto adquirir nuestro producto?

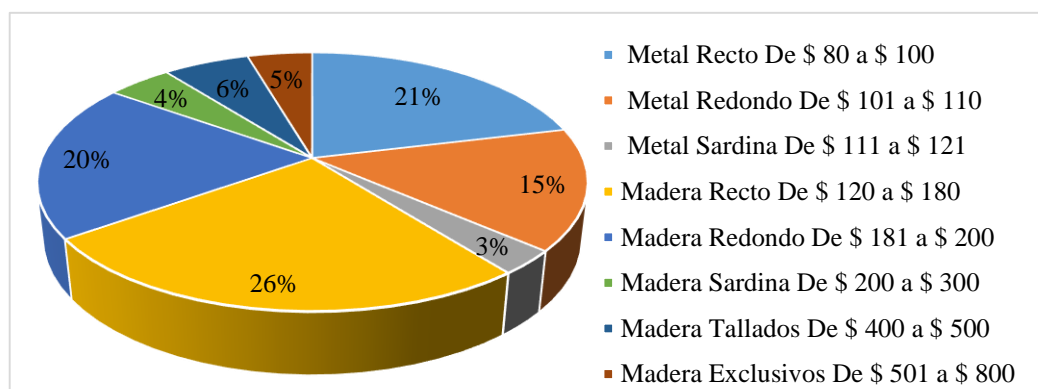
**Cuadro 40 Precio de venta a funerarias**

ALTERNATIVA			FRECUENCIA	PORCENTAJE
Material	Diseños	Precio		
Metal	Recto	De \$ 80 a \$ 100	14	21%
	Redondo	De \$ 101 a \$ 110	10	15%
	Sardina	De \$ 111 a \$ 121	2	3%
Madera	Recto	De \$ 120 a \$ 180	17	26%
	Redondo	De \$ 181 a \$ 200	13	20%
	Sardina	De \$ 200 a \$ 300	3	4%
	Tallados	De \$ 400 a \$ 500	4	6%
	Exclusivos	De \$ 501 a \$ 800	3	5%
<b>Total</b>			<b>66</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016



*Gráfico 27 Precio de venta a funerarias*

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

### Análisis:

Los propietarios de las empresas manifestaron que pueden adquirir los ataúdes en todos los diseños a dichos precios, sin embargo el 26% optaron por el diseño recto que tiene mayor demanda para poder adquirir a un precio de \$120,00 a \$180,00 los realizados en madera y el 21% acogen más a los realizados en metal en diseño recto a un costo de \$80,00 a \$100,00; esta información es necesaria para determinar el precio que tendrá el producto para vender a las funerarias.

## 8. ¿Con que frecuencia usted hace el pedido de ataúdes?

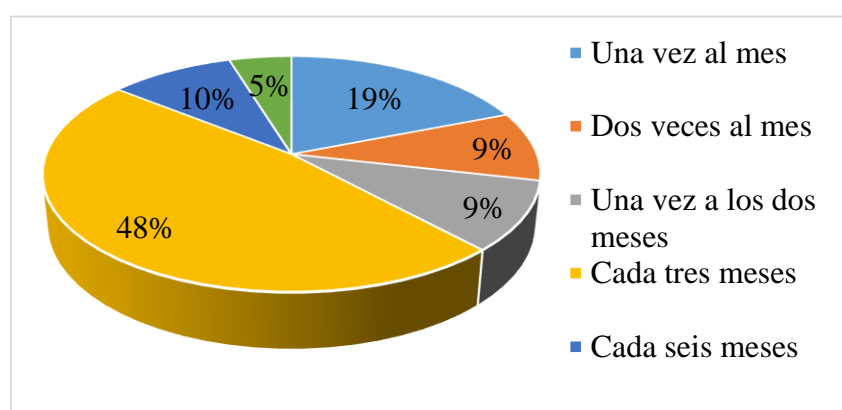
**Cuadro 41 Frecuencia de reposición de inventario de las funerarias**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Una vez al mes	4	19%
Dos veces al mes	2	9%
Una vez a los dos meses	2	9%
Cada tres meses	10	48%
Cada seis meses	2	10%
Cada año	1	5%
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016



*Gráfico 28 Frecuencia de reposición de inventario de las funerarias*

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

### Análisis:

El 48% de funerarias realizan los pedidos de ataúdes a otras empresas cada tres meses, esto dependerá de la tasa de mortalidad, ya que en ocasiones llegan a vender en un mes casi todo, y en otras ocasiones casi nada, pero en un promedio valoran que la reposición de su inventario es en dicho periodo.

## 9. ¿Con qué proveedores de ataúdes cuenta?

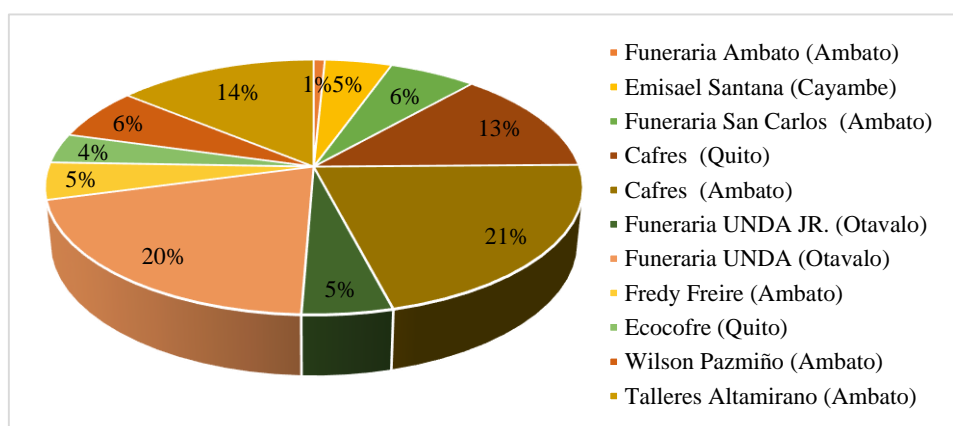
**Cuadro 42 Proveedores de las funerarias de Imbabura**

NOMBRE DEL PROVEEDOR	CIUDAD DONDE SE ENCUENTRA LA EMPRESA	CANT. DE ATAÚDES QUE PROVEE ANUAL	FRECUENCIA	%
Funeraria Ambato	Ambato	20	1	1%
Emisael Santana	Cayambe	120	1	5%
Funeraria San Carlos	Ambato	156	1	6%
Cafres	Quito	336	3	13%
Cafres	Ambato	540	7	21%
Funeraria UNDA JR.	Otavalo	120	1	5%
Funeraria UNDA	Otavalo	516	5	20%
Fredy Freire	Ambato	120	1	5%
Ecocofre	Quito	96	2	4%
Wilson Pazmiño	Ambato	168	2	6%
Talleres Altamirano	Ambato	360	1	14%
<b>Total</b>		<b>2552</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016



*Gráfico 29 Proveedores de las funerarias de Imbabura*

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

### Análisis:

Mediante esta información se puede conocer la organización que provee en mayor cantidad a las funerarias de Imbabura, por lo cual aquellas que tiene mayor espacio en el mercado y que producen más son las empresa Cafres de la ciudad de Ambato en un 21%, Funeraria UNDA de Otavalo con el 20%, Talleres Altamirano de Ambato sobre el 14%, y Cafres de Quito con un 13% por lo tanto aquellas serán nuestra competencia.

### 10. ¿En un promedio mensual cuántos ataúdes venden su empresa?

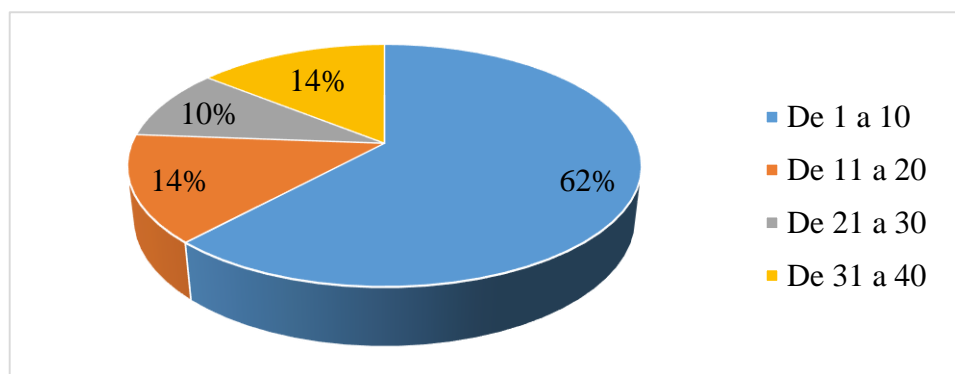
**Cuadro 43 Promedio de ventas de ataúdes en Imbabura**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 10	13	62%
De 11 a 20	3	14%
De 21 a 30	2	10%
De 31 a 40	3	14%
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016



*Gráfico 30 Promedio de ventas de ataúdes en Imbabura*

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### **Análisis:**

La mayor parte de funerarias que es el 62% realiza sus ventas de 1 a 10 ataúdes mensuales, el 14% venden de 11 a 20, el otro 14% de 31 a 40 y el 10% de 21 a 30, es decir es un promedio estimado ya que dichas ventas pueden incrementar en base a la tasa de mortalidad, dicha información ayuda a determinar la demanda del proyecto.

**11. ¿Cuál es el precio de venta al público de los ataúdes que usted cuenta en sus instalaciones?**

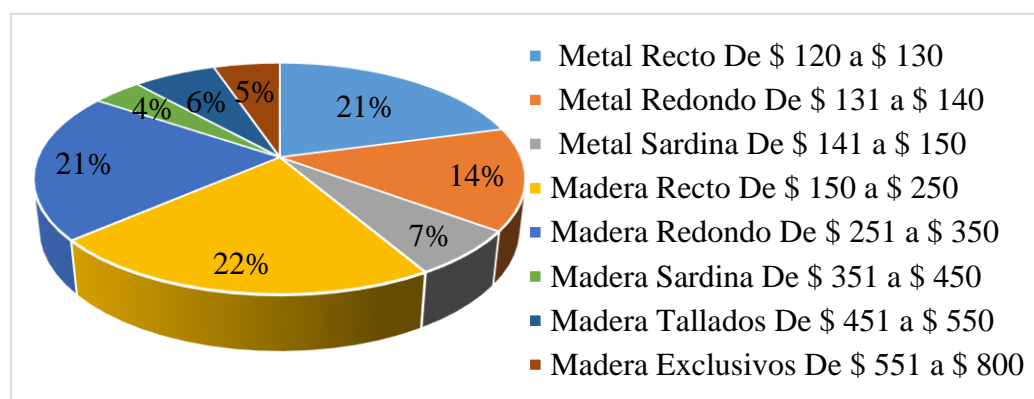
**Cuadro 44 Precios de venta al público que manejan funerarias de Imbabura**

ALTERNATIVA			FRECUENCIA	PORCENTAJE
Material	Diseños	Precio		
Metal	Recto	De \$ 120 a \$ 130	16	21%
	Redondo	De \$ 131 a \$ 140	11	14%
	Sardina	De \$ 141 a \$ 150	5	7%
Madera	Recto	De \$ 150 a \$ 250	17	22%
	Redondo	De \$ 251 a \$ 350	16	21%
	Sardina	De \$ 351 a \$ 450	3	4%
	Tallados	De \$ 451 a \$ 550	5	6%
	Exclusivos	De \$ 551 a \$ 800	4	5%
<b>Total</b>			<b>77</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016



*Gráfico 31 Precios de venta al público que manejan funerarias de Imbabura*

**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** Autora  
**Año:** 2016

**Análisis:**

Se puede decir que el 22% prefieren los diseños rectos, realizados en madera a un precio de \$150,00 a \$250,00, dependerá del terminado y accesorios que pueda tener el producto, mientras que el 21% se encuentra en los ataúdes redondos en madera a un precio de \$251,00 a \$350,00 y el otro 21% corresponde en metal en diseño recto a un precio de \$120,00 a \$130,00; aquí se puede determinar los precios del producto a realizar.



**12. ¿En un promedio mensual cuántos servicios exequiales ofrece su empresa actualmente?**

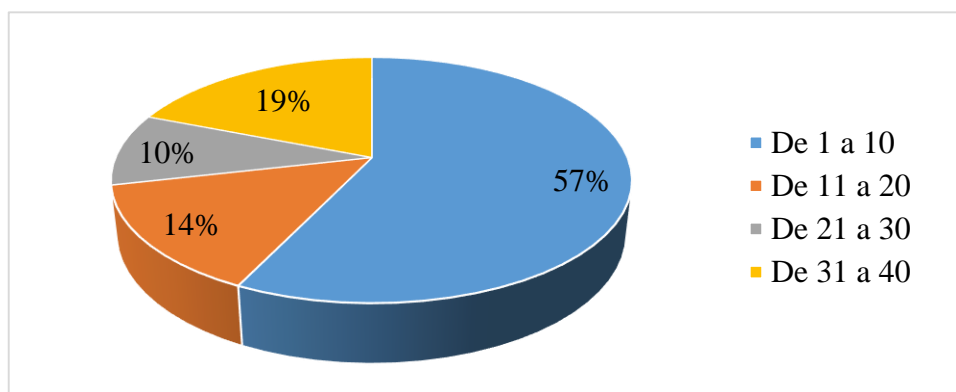
**Cuadro 45 Promedio de servicios ofrecidos exequiales en Imbabura**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 10	12	57%
De 11 a 20	3	14%
De 21 a 30	2	10%
De 31 a 40	4	19%
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016



*Gráfico 32 Promedio de servicios ofrecidos exequiales en Imbabura*

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

**Análisis:**

Actualmente las funerarias en un 57% ofrecen de 1 a 10 servicios funerarios o exequiales en un periodo de un mes, el 19% corresponde de 31 a 40, el 14% a los realizados de 11 a 20 y en un porcentaje del 10% de 21 a 30 que pertenece a aquellas funerarias con menor población; con lo cual se puede conocer el nivel de servicios realizados en Imbabura con el fin de determinar la demanda de los mismos.

### 13. ¿Cuál es el servicio funerario con mayor demanda optado por las familias?

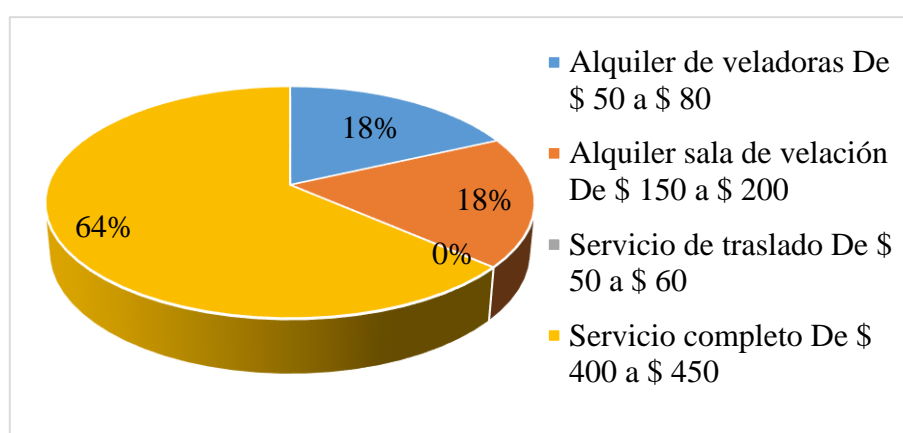
**Cuadro 46 Servicios funerarios con mayor demanda**

ALTERNATIVA		FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alquiler de veladoras	De \$ 50 a \$ 80	4	18%
Alquiler sala de velación	De \$ 150 a \$ 200	4	18%
Servicio de traslado	De \$ 50 a \$ 60	0	0%
Servicio completo	De \$ 400 a \$ 450	14	64%
<b>Total</b>		<b>21</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016



*Gráfico 33 Servicios funerarios con mayor demanda*

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### **Análisis:**

En su mayoría corresponde al 64% que representa al servicio completo con mayor demanda, el 18% optan por alquilar veladoras en un precio de \$50,00 a 80,00 dependiendo del número de piezas, el otro 18% corresponde a la prestación de la sala de velación en un precio de \$150,00 a \$200,00, aquí depende también del tamaño o capacidad de la sala; mediante esta información se pudo determinar el servicio con mayor acogida y el precio que se establecerá por cada uno de ellos.

**14. ¿Cuál es la forma de pago que utilizaría en caso de adquisición de nuestros productos?**

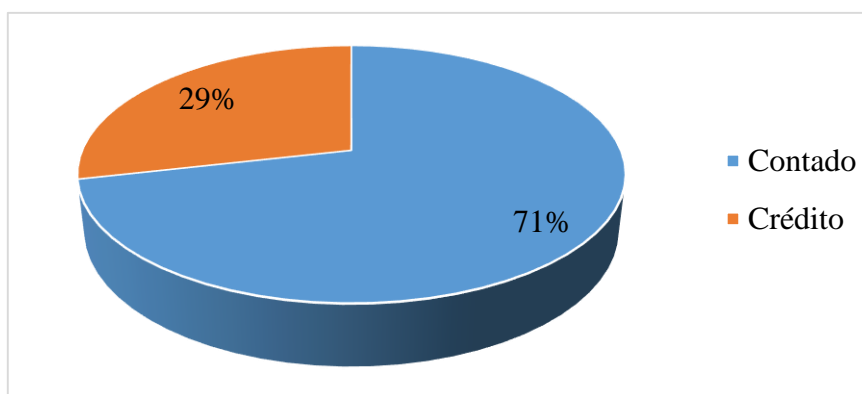
**Cuadro 47 Forma de pago que utilizarían las funerarias de Imbabura**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Contado	15	71%
Crédito	6	29%
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016



*Gráfico 34 Forma de pago que utilizarían las funerarias de Imbabura*

**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** Autora  
**Año:** 2016

**Análisis:**

En su mayoría el 71% las funerarias en caso de adquisición de nuestro producto prefieren pagar al contado y el 29% optan por pagar a crédito; a través de esta investigación se puede conocer la forma de pago que en este caso beneficia a la empresa ya que podrá tener movimiento de efectivo.

**15. ¿Cuál es el medio de comunicación utilizado por su empresa para hacer publicidad?**

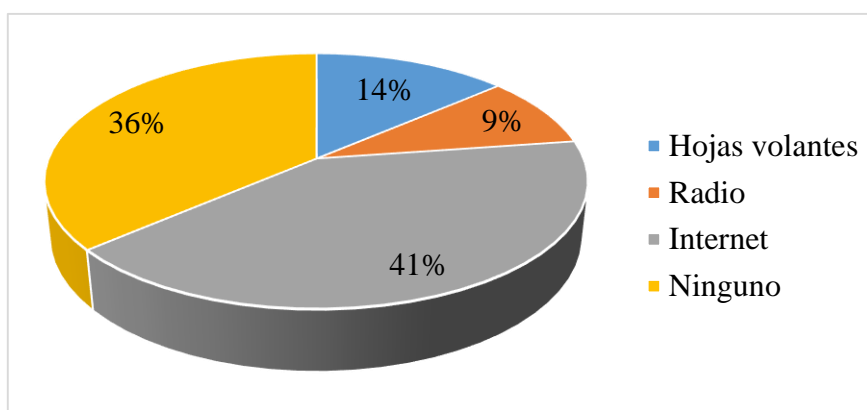
**Cuadro 48 Medio de comunicación utilizado por las funerarias de Imbabura**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Hojas volantes	3	14%
Radio	2	9%
Internet	9	41%
Ninguno	8	36%
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016



*Gráfico 35 Medio de comunicación utilizado por las funerarias de Imbabura*

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

**Análisis:**

En su mayoría las funerarias el 41% realiza la publicidad por medio de internet, el 36% no utilizan ningún medio de comunicación, herramienta necesaria para ofrecer sus productos, el 14% de las empresas optan por realizarla por medio de hojas volantes y el 9% lo hace mediante la radio, lo que permite a la empresa optar por el medio con mayor acogida por las familias.

### **3.8.3 Entrevista a expertos**

FUNERARIA LUCIANO UNDA JR

**Entrevistado:** Sr. Luciano Unda

**Cargo:** Administrador

**Contacto:** 0999130017

El día 01 de diciembre del 2016 a las 16:00 horas con 36 minutos y 22 segundos se realizó la entrevista al señor Luciano Unda; la misma que duró aproximadamente 40 minutos.

#### **1. ¿Cuáles son las ventajas de un ataúd a base de madera y metal?**

Manifestó que un ataúd de madera es más caro que uno de metal, por lo tanto las ventajas son que su descomposición es más rápida, es fácil de construir y tienen mayor preferencia por las familias sus desventajas son que la estructura es más pesada y su costo es más caro. En los ataúdes metálicos se percibe ventajas como, una estructura liviana y su costo es económico; sus desventajas son la descomposición más tardía, difícil de construir y menor preferencia por las familias.

#### **2. ¿Cuáles son los diseños más frecuentes que los clientes prefieren?**

En cuanto a los diseños, las familias optan por los ataúdes metálicos en diseño recto o lineal y en los de madera prefieren en diseños rectos, redondos y sardina.

### 3. ¿Cuál es el tamaño considerado como plantilla para la elaboración de los ataúdes?

El tamaño que se considera como base o plantilla para la elaboración de ataúdes es de 1,90 cm de largo y 45 cm de ancho y en caso de que las familias necesiten ataúdes más anchos realizan pedidos de la empresa cafres, ya que ésta elabora su producto en medidas más amplias.

### 4. ¿Qué colores de los ataúdes tienen más acogida en el mercado?

Los colores con mayor acogida en el mercado son oscuros como por ejemplo, caramelo, avellana y café.

### 5. ¿Qué factores toma en cuenta para la fijación del costo de un ataúd?

La empresa considera factores para fijar el precio como la materia prima, la mano de obra y los costos indirectos de fabricación que sean necesarios para terminar un producto de calidad.

### 6. ¿Cuál es el costo de producción y el precio de venta de un ataúd a funerarias?

Para determinar el costo de producción depende de los acabados, o diseños que se incurran en los mismos.

**Cuadro 49 Costo de producción y PV de ataúdes de la empresa Luciano UNDA JR.**

Material	Diseños	Costo de producción	PV a funerarias
Metal	Recto	70,00	90,00 a 100,00
	Redondo	80,00	100,00 a 120,00
	Sardina	90,00	150,00 a 230,00
Madera	Recto	160,00	200,00 a 300,00
	Redondo	200,00	300,00 a 400,00
	Sardina	70,00	200,00 a 250,00
	Tallados	300,00	450,00 a 500,00
	Exclusivos	400,00	500,00 a 600,00

Fuente: Entrevista (Luciano Unda)

Elaborado por: Autora

Año: 2016

**7. ¿Dentro de la provincia de Imbabura cuáles son los principales proveedores de materia prima?**

La empresa cuenta con proveedores de madera EDIMCA.

**8. ¿Cuál es la materia prima y materiales necesarios para la elaboración de un ataúd?**

Madera en MDF, tela, esponja, laca, tornillos, goma o pega, fondos, masilla, clavos de pistolas neumáticas, plancha de metal o tol, herrajes, maniguetas y apliques.

**9. ¿Cuáles son las herramientas y maquinarias necesarias para la elaboración de los ataúdes?**

Sierra de mesa, sierra manual, sierra de cinta, caladora, taladro, pulidora, martillos, escuadras, prensadoras, tupí, dobladora y soldadora.

**10. ¿Cuál es el proceso productivo para elaborar un ataúd?**

**Ataúd de madera:**

- Corte de la madera MDF
- Se ensambla
- Se masilla
- Se pule o se lija
- Se da un fondo
- Se da el tinte o color
- Se laca
- Se tapiza y se realiza los acabados internos.

**Ataúd de metal:**

- Se procede al corte del told
- Se dobla
- Se suelda las partes
- Se pule y se proceden a lijar
- Se pinta
- Se realizan los acabados internos
- Se inserta las maniguetas y apliques.

**11. ¿Qué cantidad de ataúdes produce al mes?**

En base a la capacidad de la empresa se produce al mes normalmente 30 ataúdes tanto en madera como en metal y cuando hay pedidos se realiza hasta 50 unidades, menciona que este giro o negocio se eleva sus ventas en temporadas como en el 14 de febrero, el 2 de noviembre, navidad y año viejo.

**Cuadro 50 Cantidad de ataúdes que produce la empresa Luciano UNDA JR.**

Material	Diseños	Cantidad de producción al mes	Cantidad de producción al año
<b>Metal</b>	Recto	8	96
	Redondo	5	60
	Sardina	2	24
<b>Madera</b>	Recto	9	108
	Redondo	3	36
	Sardina	1	12
	Tallados	1	12
	Exclusivos	1	12
<b>Total</b>		<b>30</b>	<b>360</b>

**Fuente:** Entrevista (Luciano Unda)

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

**12. ¿Cuántos ataúdes vende mensualmente en la actualidad?**

La venta directa hacia el consumidor en la empresa se realiza en un promedio de 10 a 20 mensualmente en los dos tipos de ataúdes, y la demás producción se distribuye a funerarias de la provincia de Imbabura y otras.



**Cuadro 51 Cantidad de ventas de ataúdes de la empresa Luciano UNDA JR.**

<b>Material</b>	<b>Diseños</b>	<b>Cantidad de venta al mes</b>	<b>Cantidad de venta al año</b>
<b>Metal</b>	Recto	5	60
	Redondo	4	48
	Sardina	1	12
<b>Madera</b>	Recto	5	60
	Redondo	2	24
	Sardina	1	12
	Tallados	1	12
	Exclusivos	1	12
<b>Total</b>		<b>20</b>	<b>240</b>

**Fuente:** Entrevista (Luciano Unda)

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

### **13. ¿A qué funerarias provee con su producto?**

La empresa provee con su producto a funerarias de la ciudad de Machala a la Funeraria Machala, en Esmeraldas a la Funeraria Memorial y Funeraria Rocafuerte, también distribuye a otras ciudades como Pimampiro, Cotacachi, Ibarra y Atuntaqui.

### **14. ¿Cuáles son los medios de comercialización utilizados por su empresa?**

Los medios de comercialización que utiliza la entidad es directamente con los proveedores, ya que llevan en un camión a las funerarias, además les facilita realizar las ventas por medio de herramientas como el internet.

### **15. ¿Qué medios de publicidad utiliza su empresa?**

Los medios de publicidad que utiliza la organización son por medio de página web y trípticos.

**MARMOLERÍA SAN FRANCISCO**

**Entrevistado:** Sra. María Guamán

**Cargo:** Propietaria

**Contacto:** 0997903507

El día 03 de diciembre del 2016 a las 10:00 horas con 10 minutos y 38 segundos se realizó la entrevista a la señora María Guamán propietaria de la Marmolería San Francisco; la cual tuvo una duración aproximadamente de 25 minutos.

**1. ¿Cuáles son las ventajas de una lápida?**

- ✓ Son resistentes al agua y sol y tienen mayor durabilidad.
- ✓ Es una estructura firme al momento de realizar el cincelado.
- ✓ Su elaboración es sencilla y acorde a la economía de los familiares de las personas fallecidas.
- ✓ Permiten que los familiares puedan plasmar en las mismas frases o imágenes con características que tenía el fallecido.

**2. ¿Cuáles son los diseños más frecuentes que los clientes prefieren?**

- ✓ Los tallados la imagen en la misma piedra
- ✓ Los diseñados

**3. ¿Cuáles son las dimensiones de una lápida con mayor demanda?**

Las medidas están entre los 0,65cm de ancho y 0,58cm de largo, es decir que éstas dependerán de la dimensión del nicho, ya que se realizan bajo pedidos.

**4. ¿Qué factores toma en cuenta para la fijación del costo de una lápida?**

Los factores que toma en cuenta para la fijación del costo son la materia prima, mano de obra costos indirectos de fabricación y costos o gastos de arriendo del local de ventas.

**5. ¿Cuál es el costo de producción y el precio de venta de una lápida?**

**Cuadro 52 Costo de producción y precio de venta de lápidas**

Material	Costo de Producción	Precio de Venta
Mármol	60,00	100,00
Granito	200,00	400,00
Porcelanato	30,00	150,00
Vidrio	60,00	100,00

**Fuente:** Entrevista (Sra. María Guamán)

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

**6. ¿Dentro de la provincia de Imbabura cuáles son los principales proveedores de materia prima?**

- ✓ Marmolería Otavalo
- ✓ Marmolería la Sierra

**7. ¿Cuál es la materia prima y materiales necesarios para la elaboración de una lápida?**

Mármol, granito, porcelanato, vidrio, pintura, arenado, mustan y bondes.

**8. ¿Cuáles son las herramientas y maquinarias necesarias para la elaboración de lápidas?**

Amoladora, taladro, industrial, compresor, motor, cinceles, plotter, martillos, metro, computadora, entre otros.

**9. ¿Cuál es el proceso productivo para elaborar una lápida?**

**Lápida diseñada:**

- ✓ Corte de la plancha según medidas
- ✓ Diseño a computadora
- ✓ Pasa por el vinil o plantillas
- ✓ Luego por el plotter
- ✓ Se plantilla en la lápida
- ✓ Se realiza el arenado
- ✓ Se pinta

**Lápida tallada:**

- ✓ Corte de la plancha según medidas
- ✓ Diseño a computadora
- ✓ Pasa por el vinil o plantillas
- ✓ Luego por el plotter
- ✓ Se plantilla en la lápida
- ✓ Se cincela
- ✓ Se da el sombreado
- ✓ Finalmente se pinta.

**10. ¿Qué cantidad de lápidas produce al mes?****Cuadro 53 Cantidad de lápidas producidas**

<b>Material</b>	<b>Al Mes</b>	<b>Al Año</b>
Mármol	8	96
Granito	2	24
Porcelanato	4	48
Vidrio	2	24
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>192</b>

**Fuente:** Entrevista (Sra. María Guamán)

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

## 11. ¿Cuántas lápidas vende mensualmente en la actualidad?

**Cuadro 54 Promedio de lápidas vendidas**

<b>Material</b>	<b>Al Mes</b>	<b>Al Año</b>
Mármol	8	96
Granito	2	24
Porcelanato	4	48
Vidrio	2	24
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>192</b>

**Fuente:** Entrevista (Sra. María Guamán)

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

## 12. ¿Cuáles son los medios de comercialización utilizados por su empresa?

Los medios de comercialización utilizados por la marmolería son directamente del productor al consumidor.

## ¿Qué medio de publicidad utiliza su empresa?

La empresa utiliza tarjetas de presentación, ya que son más adecuadas para darse a conocer.

### 3.9 Demanda

Para determinar la demanda del estudio se tomó en cuenta la información obtenida en la encuesta realizada a funerarias y de la entrevista a la marmolería San Francisco de la provincia de Imbabura, además de la encuesta realizada a las familias, ya que se pudo determinar la preferencia de los tipos de ataúdes y el promedio de velaciones realizadas en instalaciones de las funerarias. Se consideró la pregunta 9 de la encuesta a funerarias en el cual determina el promedio de ataúdes adquiridos por proveedores de otras provincias y de la ciudad de Otavalo. Para establecer la demanda de los servicios funerarios se tomó la información de la pregunta 11 de la encuesta a consumidores donde permite determinar el número de familias dispuestas a adquirir el servicio en caso

de crearse la microempresa, y la pregunta 12 para establecer el porcentaje del servicio con mayor aceptación por las familias. En lo que respecta a la demanda de lápidas se tomó la información de la encuesta efectuada a consumidores para determinar la aceptación del producto en base a las preguntas 13 y 14.

**Cuadro 55 Demanda actual de ataúdes**

MATERIAL	DISEÑOS	DEMANDA ACTUAL MENSUAL	DEMANDA ACTUAL ANUAL
<b>Metal</b>	Recto	35	414
	Redondo	22	261
	Sardina	9	114
<b>Madera</b>	Recto	67	808
	Redondo	35	414
	Sardina	13	154
	Tallados	17	200
	Exclusivos	16	187
<b>Total</b>		<b>213</b>	<b>2552</b>

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

**Cuadro 56 Demanda actual de servicios funerarios**

SERVICIO	DEMANDA ACTUAL MENSUAL	DEMANDA ACTUAL ANUAL
Alquiler de veladoras	65	780
Alquiler sala de velación	87	1044
Servicio de traslado	51	612
Servicio completo	165	1980
<b>Total</b>	<b>368</b>	<b>4416</b>

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

**Cuadro 57 Demanda actual de lápidas**

MATERIAL	DEMANDA ACTUAL MENSUAL	DEMANDA ACTUAL ANUAL
Mármol	168	2016
Granito	38	456
Porcelanato	93	1116
Vidrio	56	672
<b>Total</b>	<b>355</b>	<b>4260</b>

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

### 3.9.1 Proyección de la demanda

Para la proyección de la demanda se consideró la información de las encuestas realizadas a las funerarias, además de la encuesta a consumidores.

Se proyecta la demanda de los productos y servicios por un lapso de 5 años, para dicha proyección se utiliza la tasa de mortalidad que es el 4,92 por cada 1000 habitantes de la provincia de Imbabura según el Anuario de Estadísticas Vitales Nacimientos y Defunciones año 2011, por lo tanto la tasa a aplicar es del 0,5% para lo cual se utiliza la fórmula siguiente:

$$Dn = Do(1 + i)^n$$

En donde:

**Dn** = Demanda futura

**Do** = Demanda de investigación

**i** = Tasa de crecimiento

**n** = Año de proyección

#### ❖ Proyección demanda de ataúdes

$$Dn = Do(1 + i)^n$$

$$Dn = 2552(1 + 0,005)^1$$

$$Dn = 2.565$$

*Tabla 2 Proyección de demanda de ataúdes*

AÑO	DEMANDA ATAÚDES METÁLICOS	DEMANDA ATAÚDES DE MADERA	PROYECCIÓN DE DEMANDA
2016	788	1764	2552
2017	792	1773	2565
2018	796	1781	2578
2019	800	1790	2590
2020	804	1799	2603

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

❖ **Proyección demanda de servicios funerarios**

$$Dn = Do(1 + i)^n$$

$$Dn = 4416(1 + 0,005)^1$$

$$Dn = 4.438$$

Tabla 3 *Proyección de demanda de servicios funerarios*

AÑO	DEMANDA ALQUILER DE VELADORAS	DEMANDA ALQUILER SALA DE VELACIÓN	DEMANDA SERVICO DE TRASLADO	DEMANDA SERVICO COMPLETO	PROYECCIÓN DE DEMANDA
2016	780	1044	612	1980	4416
2017	784	1049	615	1990	4438
2018	788	1054	618	2000	4460
2019	792	1060	621	2010	4483
2020	796	1065	624	2020	4505

Elaborado por: Autora

Año: 2016

❖ **Proyección demanda de lápidas**

$$Dn = Do(1 + i)^n$$

$$Dn = 4260(1 + 0,005)^1$$

$$Dn = 4.281$$

Tabla 4 *Proyección de demanda de lápidas*

AÑO	MÁRMOL	GRANITO	PORCELANATO	VIDRIO	PROYECCIÓN DE DEMANDA
2016	2016	456	1116	672	4260
2017	2026	458	1122	675	4281
2018	2036	461	1127	679	4303
2019	2046	463	1133	682	4324
2020	2057	465	1138	686	4346

Elaborado por: Autora

Año: 2016

**3.10 Oferta****3.10.1 Resultados de la entrevista y encuesta**

Para determinar la oferta de ataúdes, servicios funerarios y lápidas se tomó de la información recopilada en la entrevista a expertos en el área y de encuestas realizadas a



funerarias de la provincia de Imbabura, con el fin de determinar la oferta actual existente.

### 3.10.2 Oferta actual

La oferta está constituida tanto por las 11 empresas productoras de ataúdes provenientes de la ciudad de Otavalo y de otras provincias, las 26 funerarias de la provincia de Imbabura que se dedican a la compra y venta de ataúdes y a la prestación de servicios funerarios y aquellas que venden lápidas.

**Cuadro 58 Oferta actual de ataúdes (productores)**

<b>NOMBRE DEL PROVEEDOR</b>	<b>CIUDAD DÓNDE SE ENCUENTRA LA EMPRESA</b>	<b>CANTIDAD DE ATAÚDES MENSUAL</b>	<b>CANTIDAD DE ATAÚDES ANUAL</b>
Funeraria Ambato	Ambato	2	20
Emisael Santana	Cayambe	10	120
Funeraria San Carlos	Ambato	13	156
Cafres	Quito	28	336
Cafres	Ambato	45	540
Funeraria UNDA JR.	Otavalo	10	120
Funeraria UNDA	Otavalo	43	516
Fredy Freire	Ambato	10	120
Ecocofre	Quito	8	96
Wilson Pazmiño	Ambato	14	168
Talleres Altamirano	Ambato	30	360
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>213</b>	<b>2552</b>

**Elaborado por:** Autora  
**Año:** 2016

**Cuadro 59 Oferta actual de ataúdes**

<b>MATERIAL</b>	<b>DISEÑOS</b>	<b>OFERTA ACTUAL MENSUAL</b>	<b>OFERTA ACTUAL ANUAL</b>
<b>Metal</b>	Recto	35	414
	Redondo	22	261
	Sardina	9	114
<b>Madera</b>	Recto	67	808
	Redondo	35	414
	Sardina	13	154
	Tallados	17	200
	Exclusivos	16	187
<b>Total</b>		<b>213</b>	<b>2552</b>

**Elaborado por:** Autora  
**Año:** 2016

**Cuadro 60 Oferta actual de servicios funerarios**

SERVICIO	OFERTA ACTUAL MENSUAL	OFERTA ACTUAL ANUAL
Alquiler de veladoras	59	711
Alquiler sala de velación	79	952
Servicio de traslado	46	558
Servicio completo	150	1805
<b>Total</b>	<b>336</b>	<b>4026</b>

Elaborado por: Autora

Año: 2016

**Cuadro 61 Oferta actual de lápidas**

MATERIAL	DEMANDA ACTUAL MENSUAL	DEMANDA ACTUAL ANUAL
Mármol	154	1846
Granito	35	417
Porcelanato	85	1022
Vidrio	51	615
<b>Total</b>	<b>325</b>	<b>3900</b>

Elaborado por: Autora

Año: 2016

**3.10.3 Proyección de la oferta**

Para la proyección de la oferta del estudio se realizó en base a la tasa de mortalidad que es el 4,92 por cada 1000 habitantes de la provincia de Imbabura según el Anuario de Estadísticas Vitales Nacimientos y Defunciones año 2011, por lo tanto la tasa a aplicar es del 0,5% y para lo cual se aplica la siguiente fórmula:

$$On = Oo(1 + i)^n$$

En donde:

**On** = Demanda futura**Oo** = Demanda de investigación**i** = Tasa de crecimiento**n** = Año de proyección

❖ **Proyección oferta de ataúdes**

$$On = Oo(1 + i)^n$$

$$On = 2552(1 + 0,005)^1$$

$$On = 2.565$$

Tabla 5 *Proyección de oferta de ataúdes*

AÑO	OFERTA ATAÚDES METÁLICOS	OFERTA ATAÚDES DE MADERA	OFERTA TOTAL
2016	788	1764	2552
2017	792	1773	2565
2018	796	1781	2578
2019	800	1790	2590
2020	804	1799	2603

Elaborado por: Autora

Año: 2016

❖ **Proyección oferta de servicios funerarios**

$$On = Oo(1 + i)^n$$

$$On = 4026(1 + 0,005)^1$$

$$On = 4.046$$

Tabla 6 *Proyección de oferta de servicios funerarios*

AÑO	OFERTA ALQUILER DE VELADORAS	OFERTA ALQUILER SALA DE VELACIÓN	OFERTA SERVICIO DE TRASLADO	OFERTA SERVICIO COMPLETO	PROYECCIÓN DE OFERTA
2016	711	952	558	1805	4026
2017	715	957	561	1814	4046
2018	718	961	564	1823	4066
2019	722	966	566	1832	4087
2020	725	971	569	1842	4107

Elaborado por: Autora

Año: 2016

❖ **Proyección oferta de lápidas**

$$On = Oo(1 + i)^n$$

$$On = 3900(1 + 0,005)^1$$

$$On = 3.920$$

Tabla 7 *Proyección de oferta de lápidas*

AÑO	MÁRMOL	GRANITO	PORCELANATO	VIDRIO	PROYECCIÓN DE OFERTA
2016	1846	417	1022	615	3900
2017	1855	420	1027	618	3920
2018	1864	422	1032	621	3939
2019	1873	424	1037	624	3959
2020	1883	426	1042	628	3979

Elaborado por: Autora

Año: 2016

### 3.10.4 Análisis y proyección de la oferta

Para el análisis de la oferta se toma en cuenta los resultados de las preguntas de las encuestas aplicadas a funerarias y sobre las encuestas a las familias y en relación a las entrevistas realizadas a expertos en el área fúnebre y de marmolería de la provincia de Imbabura.

La oferta está constituida por las 11 empresas productoras que abastecen al mercado Imbabureño y de las 26 funerarias existentes en el mismo, sin embargo la proyección está constituida en base a la tasa de mortalidad, la misma que permite determinar la oferta.

### 3.11 Balance oferta-demanda

Para determinar el balance entre oferta y demanda se tomaron los datos obtenidos de la cantidad de oferta actual y la demanda actual con el fin de comprobar si existe o no una demanda insatisfecha.

### 3.12 Análisis de la demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha existente en la provincia de Imbabura es cero en cuanto a los ataúdes debido a que existen empresas que proveen este producto en una misma cantidad, es decir que la demanda es igual a la oferta, ya que para tener una demanda insatisfecha implicaría que un porcentaje de personas no obtienen el producto, sin

embargo en este caso es nulo ya que ninguna persona es enterrada sin un ataúd, por lo tanto existe demanda potencial ya que en base a la pregunta 5 de la encuesta a funerarias manifiestan que estarían dispuestas a adquirir nuestros productos.

En lo que respecta a los servicios funerarios la demanda insatisfecha es considerable ya que no todas las familias realizan la velación de su ser querido en una sala o en un espacio físico alquilado es decir que algunas familias lo realizan la velación de su ser querido en sus hogares.

En el caso de las lápidas la demanda insatisfecha es extensa ya existen pocos productores de lápidas, y no todas las familias tienen la posibilidad de acceder a una de ellas, sin embargo en base a la encuesta realizada a las familias se tomó en cuenta las preguntas 13 y 14 en dónde las personas estarían dispuestas a adquirir nuestros productos.

A continuación se muestra la tabla de la proyección de la demanda insatisfecha de ataúdes.

**Cuadro 62 Proyección de la demanda insatisfecha de ataúdes**

PRODUCTO		OFERTA	DEMANDA	DEMANDA INSATISFECHA
Material	Diseños			
Metal	Recto	414	414	0
	Redondo	261	261	0
	Sardina	114	114	0
Madera	Recto	808	808	0
	Redondo	414	414	0
	Sardina	154	154	0
	Tallados	200	200	0
	Exclusivos	187	187	0
<b>Total</b>		<b>2552</b>	<b>2552</b>	<b>0</b>

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

**Cuadro 63 Proyección de la demanda insatisfecha de servicios funerarios**

SERVICIO	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA INSATISFECHA
Alquiler de veladoras	711	780	69
Alquiler sala de velación	952	1044	92
Servicio de traslado	558	612	54
Servicio completo	1805	1980	175
<b>Total</b>	<b>4026</b>	<b>4416</b>	<b>390</b>

Elaborado por: Autora

Año: 2016

**Cuadro 64 Proyección de la demanda insatisfecha de lápidas**

MATERIAL	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA INSATISFECHA
Mármol	1846	2016	170
Granito	417	456	39
Porcelanato	1022	1116	94
Vidrio	615	672	57
<b>Total</b>	<b>3900</b>	<b>4260</b>	<b>360</b>

Elaborado por: Autora

Año: 2016

### 3.13 Análisis de precios

El análisis de precios se determinó en base a las encuestas y entrevistas realizadas a las funerarias, para lo cual se realizó el promedio de los diferentes precios que manejan en cada ciudad de la provincia de Imbabura, por tanto el precio dependerá del mercado local al cual se vaya a distribuir el producto. En cuanto a las lápidas se pudo determinar el precio mediante la aceptación del producto en la encuesta aplicada y en base a la entrevista aplicada a la señora María Guamán propietaria de la Marmolería San Francisco, ubicada en la ciudad de Ibarra, donde se estableció un promedio de los mismos y se obtuvo el precio final.

### 3.14 Fijación de precios

**Cuadro 65 Fijación de precios de ataúdes**

MATERIAL	DISEÑOS	PRECIO	PROMEDIO
Metal	Recto	90,00 a 100,00	95,40
	Redondo	100,00 a 120,00	110,50
	Sardina	150,00 a 230,00	190,00
Madera	Recto	200,00 a 300,00	255,00
	Redondo	300,00 a 400,00	355,00
	Sardina	200,00 a 250,00	230,00
	Tallados	450,00 a 500,00	475,00
	Exclusivos	500,00 a 600,00	555,00

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

**Cuadro 66 Fijación de precios de servicios funerarios**

SERVICIOS	PRECIO	PROMEDIO
Alquiler de veladoras	50,00 a 80,00	65,50
Alquiler sala de velación	150,00 a 200,00	175,00
Servicio de traslado	50,00 a 60,00	55,50
Servicio completo	400,00 a 450,00	430,00

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

**Cuadro 67 Fijación de precios de lápidas**

MATERIAL	PRECIO	PROMEDIO
Mármol	90,00 a 100,00	94,50
Granito	350,00 a 400,00	375,00
Porcelanato	100,00 a 150,00	125,00
Vidrio	80,00 a 100,00	90,00

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

### 3.15 Sensibilidad de la investigación

Se estableció la proyección de precios en base a los índices de inflación de precios del año 2012 al 2016, para lo cual se promedió dichos índices obteniendo así la tasa de inflación del 3,31 %, tal información fue tomada del Banco Central, para lo cual se proyectará en un periodo de 5 años.

Para determinar la sensibilidad de los precios de los productos y servicios se utilizó los precios obtenidos de la entrevista a productores de ataúdes y de lápidas, también a las funerarias; lo cual permitió establecer un promedio de los mismos para luego a los totales adicionar la tasa de inflación antes mencionada.

**Cuadro 68 Proyección de precios de ataúdes**

<b>MATERIAL</b>	<b>DISEÑOS</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Metal	Recto	98,56	101,82	105,19	108,67	112,27
	Redondo	114,16	117,94	121,84	125,87	130,04
	Sardina	196,29	202,79	209,50	216,43	223,60
Madera	Recto	263,44	272,16	281,17	290,48	300,09
	Redondo	366,75	378,89	391,43	404,39	417,77
	Sardina	237,61	245,48	253,60	262,00	270,67
	Tallados	490,72	506,97	523,75	541,08	558,99
	Exclusivos	573,37	592,35	611,96	632,21	653,14

**Elaborado por:** Autora**Año:** 2016**Cuadro 69 Proyección de precios de servicios funerarios**

<b>SERVICIOS</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Alquiler de veladoras	67,67	69,91	72,22	74,61	77,08
Alquiler sala de velación	180,79	186,78	192,96	199,35	205,94
Servicio de traslado	57,34	59,23	61,20	63,22	65,31
Servicio completo	444,23	458,94	474,13	489,82	506,03

**Elaborado por:** Autora**Año:** 2016**Cuadro 70 Proyección de precios de lápidas**

<b>MATERIAL</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Mármol	97,63	100,86	104,20	107,65	111,21
Granito	387,41	400,24	413,48	427,17	441,31
Porcelanato	129,14	133,41	137,83	142,39	147,10
Vidrio	92,98	96,06	99,24	102,52	105,91

**Elaborado por:** Autora**Año:** 2016

### 3.15.1 Comercialización

Para la comercialización se propone estrategias que garanticen que los productos y servicios lleguen a ser conocidos y tomen un espacio en el mercado, con el fin de que estos se posicionen.

### 3.15.2 Producto

Es necesario que se establezca una identificación de la empresa, una marca o logotipo con el fin de que estos puedan ser reconocidos. La microempresa manejará un estricto control de calidad y los terminados que se darán a los productos marcarán la diferencia y dará un valor agregado al producto.



- ❖ En lo que respecta a los ataúdes se diferenciará de los existentes en cuanto a su calidad y por la variación de diseños, colores y tipos de acabados.
- ❖ En cuanto a los servicios funerarios se ofrece paquetes acordes a la economía de las familias, además se ofrecerá servicios inmediatos a domicilio, donde podrán optar por la instalación de capilla ardiente, con el fin de que los familiares pasen con serenidad dichos momentos.
- ❖ Para las lápidas se establece diseños acordes a la persona fallecida, con el fin de que sus seres queridos puedan plasmar en aquellas, características que se asimilen al familiar o amigo.

A continuación se presenta los diseños de ataúdes, urnas, y lápidas que la microempresa fabricará, así como los servicios que prestará.

❖ **Ataúdes:**



*Ilustración 2 Ataúd diseño recto*

**Fuente:** [www.ataudesecuator.com](http://www.ataudesecuator.com)

**Año:** 2016



*Ilustración Ataúd diseño recto con esquineros y maniguetas*

**Fuente:** [www.ataudesecuator.com](http://www.ataudesecuator.com)

**Año:** 2016



*Ilustración 3 Ataúd diseño recto sin apliques*

**Fuente:** [www.ataudesecuator.com](http://www.ataudesecuator.com)

**Año:** 2016



*Ilustración 4 Ataúd diseño redondo con maniguetas*

**Fuente:** [www.ataudesecuator.com](http://www.ataudesecuator.com)

**Año:** 2016



*Ilustración 5 Ataúd diseño sardina*

**Fuente:** [www.ataudesecuator.com](http://www.ataudesecuator.com)

**Año:** 2016



*Ilustración 6 Ataúd diseño tallados*

**Fuente:** [www.ataudesecuator.com](http://www.ataudesecuator.com)

**Año:** 2016



*Ilustración 7 Ataúd diseño exclusivo*

**Fuente:** [www.ataudesecuator.com](http://www.ataudesecuator.com)

**Año:** 2016



*Ilustración 8 Ataúd diseño exclusivo con tapiz panel*

**Fuente:** [www.ataudesecuator.com](http://www.ataudesecuator.com)

**Año:** 2016



*Ilustración 9 Ataúd para niños*

**Fuente:** [www.ataudesecuator.com](http://www.ataudesecuator.com)

**Año:** 2016



*Ilustración 10 Cofres o urnas*

**Fuente:** [www.ataudesecuator.com](http://www.ataudesecuator.com)

**Año:** 2016

## ❖ Servicios funerarios:

*Ilustración 11 Sala de velación*

Año: 2016

*Ilustración 12 Capilla ardiente*

Año: 2016

## ❖ Lápidas:

*Ilustración 13 Lápidas en mármol*

Año: 2016

*Ilustración 14 Lápidas en porcelanato*

Año: 2016

### **3.15.3 Precio**

El precio es un indicador de marketing que permite proporcionar beneficios económicos para la microempresa.

En la actualidad el precio es fijado en base a la competencia, a los costos de producción incurridos en el producto, sobre los gastos tanto administrativos como de ventas y en cuanto a la calidad del mismo.

El precio es un factor muy importante para la decisión de compra de las familias, por lo tanto los precios anteriormente establecidos son acorde a los de la competencia, los mismos que son competitivos pero a la vez permiten generar utilidad.

Para que la empresa pueda crecer es necesario optar por precios combinados, es decir se realiza un promedio entre el precio menor y mayor, además se adiciona la calidad punto muy importante porque cuando un producto cumple con dicha característica el precio pasa a ser de segundo orden y de tal manera se podrá posicionar el bien o servicio en el mercado.

### **3.15.4 Promoción**

Es primordial utilizar técnicas que permitan estimular a los clientes con el fin de que aquellos puedan tener la decisión de compra.

Un incentivo para los propietarios de las funerarias de la provincia de Imbabura se les daría un descuento cuando adquieran más de 10 ataúdes.

Para los consumidores el descuento se aplicaría al momento que adquieran el ataúd y los servicios, he aquí la estrategia de que opten por los servicios funerarios en paquete de tal manera tendrían un porcentaje de descuento.

Otra manera de aplicar la promoción sería al momento que adquieren un ataúd ofrecer un descuento en la adquisición de las lápidas, de tal forma que la empresa pueda generar ventas de los dos productos.

### **3.15.5 Plaza**

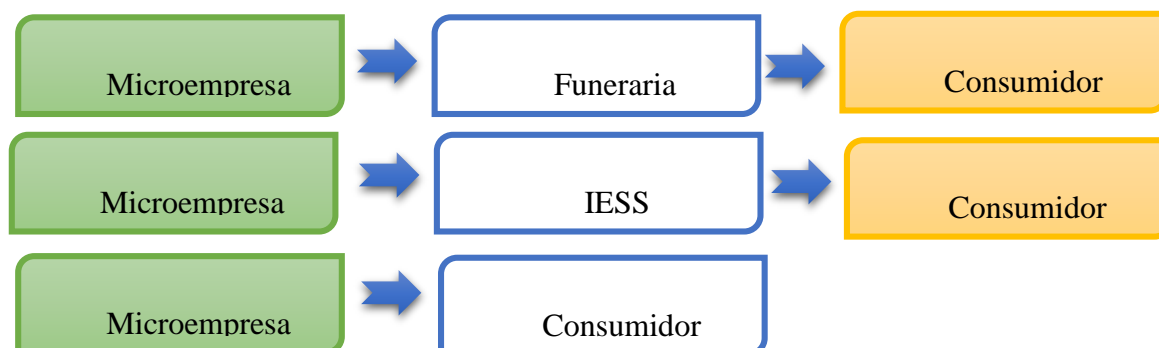
La microempresa estará ubicada en un lugar con mayor afluencia de personas con el fin de que la empresa pueda ser reconocida y distante de la competencia.

### **3.15.6 Distribución**

El canal de distribución que manejará la microempresa será a través de intermediarios ya que en base a la encuesta realizada a las funerarias en su mayoría el 86% están dispuestos a adquirir nuestros productos, también en base a la encuesta aplicada a las familias el 55% optaron por concurrir a las funerarias para adquirir los ataúdes, además directamente con el fabricante ya que les permite obtener el producto a un menor precio.

La entidad aplicaría también el canal directo ya que además de distribuir los ataúdes a las funerarias de Imbabura tendrá un espacio de venta en el cual tratará directamente con el consumidor final ya que en la encuesta aplicada el 96% están dispuestos a contratar los servicios exequiales cuando tenga la pérdida de un ser querido y en un 93% están dispuestos a adquirir directamente lápidas para la tumba de la persona fallecida.

Otra forma es mediante convenio con el IESS, ya que en base a la encuesta efectuada un 23% optan por pagar por medio de este organismo.



*Gráfico 36 Canales de comercialización*

**Fuente:** Autora  
**Año:** 2016

### 3.15.7 Publicidad

Es necesario establecer un medio para dar a conocer a la microempresa, para lo cual la publicidad será mediante redes sociales que según las encuesta el 48% optaron por este medio, mientras que el 34% por medio de la radio, por lo tanto se efectuará por medio de la radio “Caricia” 97.5 ya que en base a la encuesta realizada el 34% de las familias prefieren este medio y también por medio de tarjetas de presentación ya que éste es muy utilizado por las funerarias de la provincia.

### 3.16 Conclusiones del estudio de mercado

Mediante el estudio de mercado en la provincia de Imbabura se pudo determinar las variables como el producto, precio, comercialización, la oferta y la demanda para lo cual se puede concluir que:

- ❖ Desde el punto de vista del mercado, es factible la creación de la microempresa dedicada a la producción y comercialización de ataúdes ya que los propietarios de las funerarias están interesados en adquirir los productos, por lo que a ellos les facilita en cuanto a reducción de costos, tener los productos sin daños o imperfecciones y en un menor tiempo.
- ❖ Existe aceptación de los productos por parte de los propietarios de las funerarias así como de las familias porque están dispuestas a adquirir los productos de calidad y servicios inmediatos.
- ❖ Para determinar la oferta y demanda se tomó información en base a las encuestas realizadas a las familias y funerarias, así como también la aplicación de la entrevista a expertos en el área para establecer todos los aspectos necesarios sobre la realización de ataúdes y lápidas.
- ❖ Para la proyección de la oferta y demanda se tomó como base la tasa de mortalidad general que es el 4,92 por cada 1000 habitantes de la provincia de Imbabura según el Anuario de Estadísticas Vitales Nacimientos y Defunciones año 2011, por lo tanto la tasa aplicada fue del 0,5%.
- ❖ Después de haber analizado todos los aspectos se pudo concluir que existe una demanda insatisfecha adecuada de ataúdes, servicios funerarios y de lápidas en la provincia de Imbabura.



## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO**

#### **4.1 Introducción**

El estudio técnico es un análisis representativo donde se va puntualizando o analizando los aspectos relacionados con su operatividad, por lo tanto se detallará todos los procesos de las actividades del proyecto.

Para lo cual se analizará los siguientes aspectos:

- ❖ Localización
- ❖ Diseño de la planta
- ❖ Tamaño del proyecto
- ❖ Proceso productivo
- ❖ Costos y gastos
- ❖ Inversiones del proyecto

#### **4.2 Objetivos**

##### **4.2.1 Objetivo general**

Efectuar un estudio técnico mediante el uso de herramientas que permitan establecer la macrolocalización y microlocalización, para poder determinar la infraestructura, maquinaria y equipo, el personal, materiales e insumos y descripción del proceso de producción que ayude a la optimización de recursos.

##### **4.2.2 Objetivos específicos**

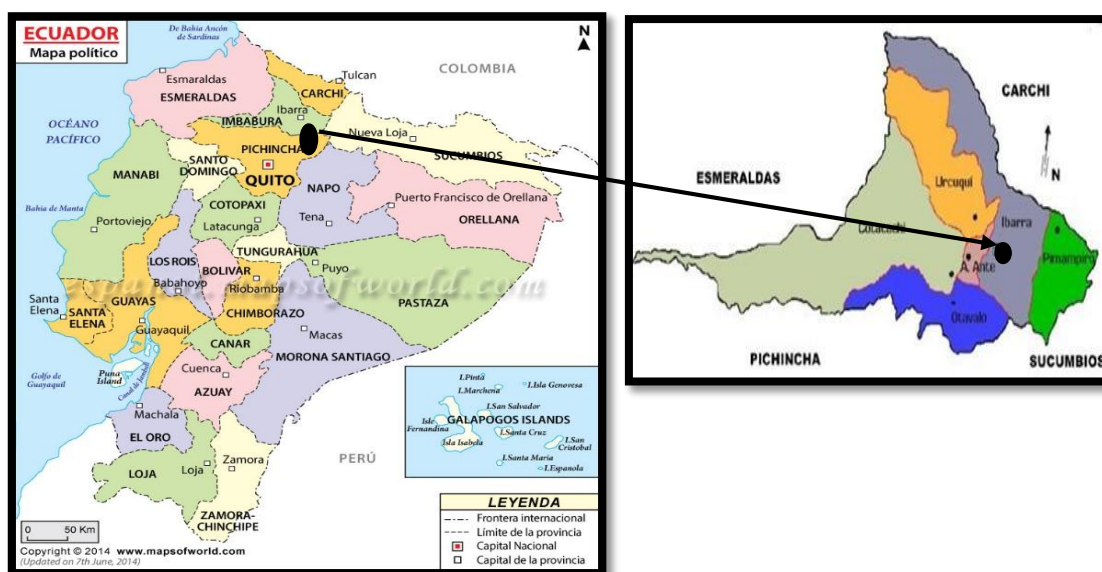
- Establecer la localización óptima y conveniente para la planta de producción.

- Realizar el diseño adecuado de la planta para el buen funcionamiento de la microempresa.
- Determinar el proceso productivo adecuado y la mejor forma de comercialización para el buen desarrollo de la microempresa.
- Detallar los costos y gastos que se incurrirán en la ejecución del estudio con el fin de conocer el capital de trabajo requerido.
- Establecer el presupuesto de la inversión, con el fin de poder determinar cuáles serán las fuentes de financiamiento del estudio.

### **4.3 Localización del proyecto**

#### **4.3.1 Macrolocalización**

La microempresa dedicada a la producción y comercialización de ataúdes estará ubicada en Ecuador, en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra que cuenta con carreteras en buen estado, una en el sentido norte con la provincia del Carchi y otra con sentido sur de la ciudad de Quito, permitiendo la facilidad de ingreso a la planta de producción. Además porque Ibarra es la capital de la provincia de Imbabura y cuenta con el mayor número de habitantes.



*Ilustración 15 Ubicación del proyecto*

**Elaborado por:** Autora  
**Año:** 2016

#### 4.3.2 Microlocalización

Para establecer la microlocalización del proyecto se evalúa mediante el método de valoración cuantitativa de los factores de localización donde se encontrará la microempresa en la ciudad de Ibarra, estableciendo los siguientes sectores: Chorlaví, Parque Ciudad Blanca y el Olivo.

Se establece una escala del 1 al 5:

**Cuadro 71 Escala de valoración de la microlocalización**

APRECIACIÓN	CALIFICACIÓN
Excelente	5
Muy bueno	4
Bueno	3
Regular	2
Irregular	1

**Elaborado por:** Autora  
**Año:** 2016

**Cuadro 72 Factores de microlocalización de la microempresa**

<b>FACTOR</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Disponibilidad de infraestructura	10%
Cercanía a proveedores de materia prima e insumos	50%
Disponibilidad de mano de obra	15%
Vías de acceso y transporte	10%
Estrategia comercial	15%

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

- ❖ **Disponibilidad de infraestructura.-** Se ha asignado el 10%, porque es importante para la creación de la microempresa establecer un espacio físico acorde a los requerimientos de la planta de producción, con todos los servicios básicos y a un menor costo con el fin de reducir el monto de la inversión para el proyecto.
- ❖ **Cercanía a proveedores de materia prima e insumos.-** A este factor se le da el 50%, ya que es el más importante al momento en que la microempresa inicie sus operaciones, por ende es necesario establecer el lugar más conveniente y cercano para adquirir la materia prima e insumos con mayor facilidad de compra y a un menor tiempo, de tal manera poder reducir costos de fletes u otros.
- ❖ **Disponibilidad de mano de obra.-** El grado de importancia de este factor es de 15% porque es primordial contar con la suficiente afluencia de mano de obra disponible y calificada, con el fin de que se pueda obtener un producto de calidad y así la microempresa se pueda diferenciar de la competencia.
- ❖ **Vías de acceso y transporte.-** Se dió el 10%, ya que para el ingreso a la ciudad se debe establecer vías con menor afluencia de tráfico, es decir aquellas que permitan a los posibles compradores llegar a la microempresa con facilidad y en un menor tiempo.
- ❖ **Estrategia comercial.-** A este factor se asigna el 15% ya que es importante que las personas conozcan a la microempresa, para lo cual se la debe implantar en un lugar estratégico donde acudan personas de toda la provincia.

**Cuadro 73 Matriz de microlocalización**

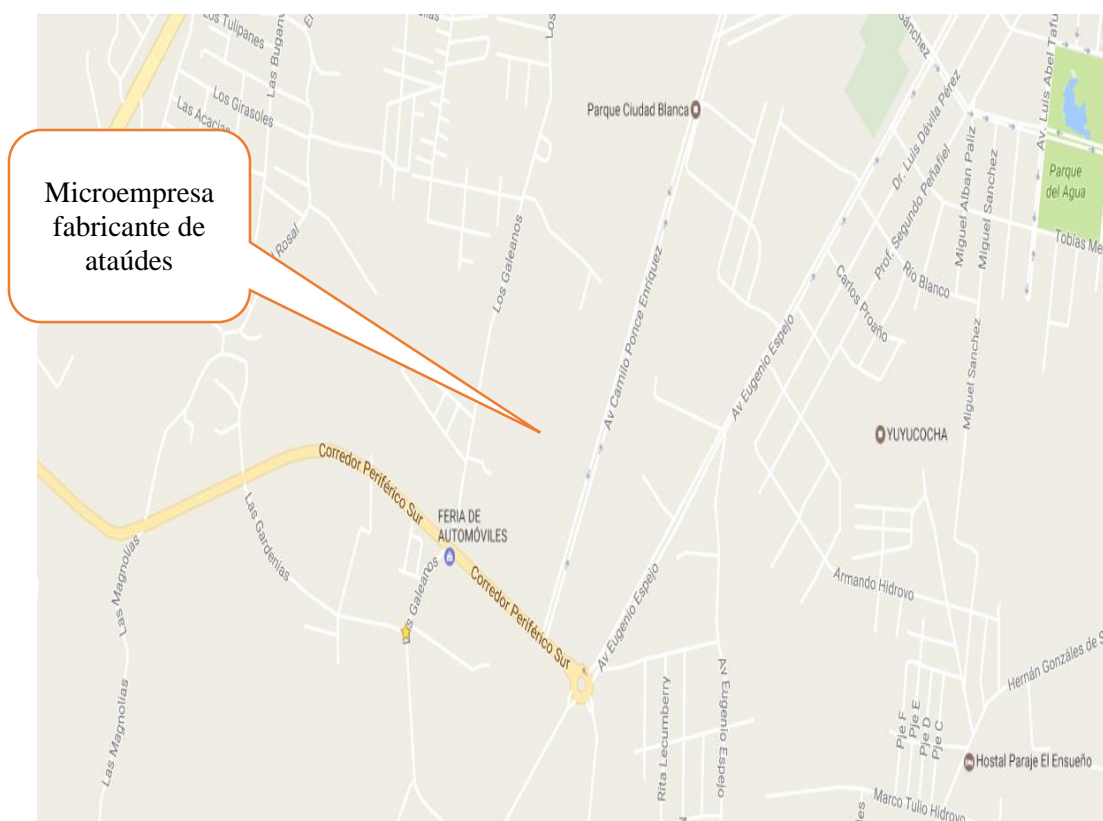
FACTOR DE LOCALIZACIÓN	%	CHORLAVÍ		PARQUE CIUDAD BLANCA		EL OLIVO	
		CALIF	POND	CALIF	POND	CALIF	POND
Disponibilidad de infraestructura	10%	3	0,3	4	0,4	2	0,2
Cercanía a proveedores de materia prima e insumos	50%	2	1,0	3	1,5	2	1,0
Disponibilidad de mano de obra	15%	2	0,3	2	0,3	3	0,45
Vías de acceso y transporte	10%	3	0,3	4	0,4	3	0,3
Estrategia comercial	15%	2	0,3	4	0,6	4	0,6
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>12</b>	<b>2,2</b>	<b>17</b>	<b>3,2</b>	<b>14</b>	<b>2,55</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### 4.3.2.1 Plano de la microempresa de ataúdes, lápidas y sala de velación



*Ilustración 16 Plano de ubicación*

**Fuente:** Google Maps

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### 4.3.2.2 Gráfico del sector de la fábrica de ataúdes, lápidas y sala de velación



*Ilustración 17 Gráfico del sector*

**Fuente:** Google Maps

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### 4.4 Ingeniería del proyecto

Para la distribución de la planta de la microempresa dedicada a la producción de ataúdes y lápidas y a la prestación de servicios funerarios, contará con las siguientes dependencias:

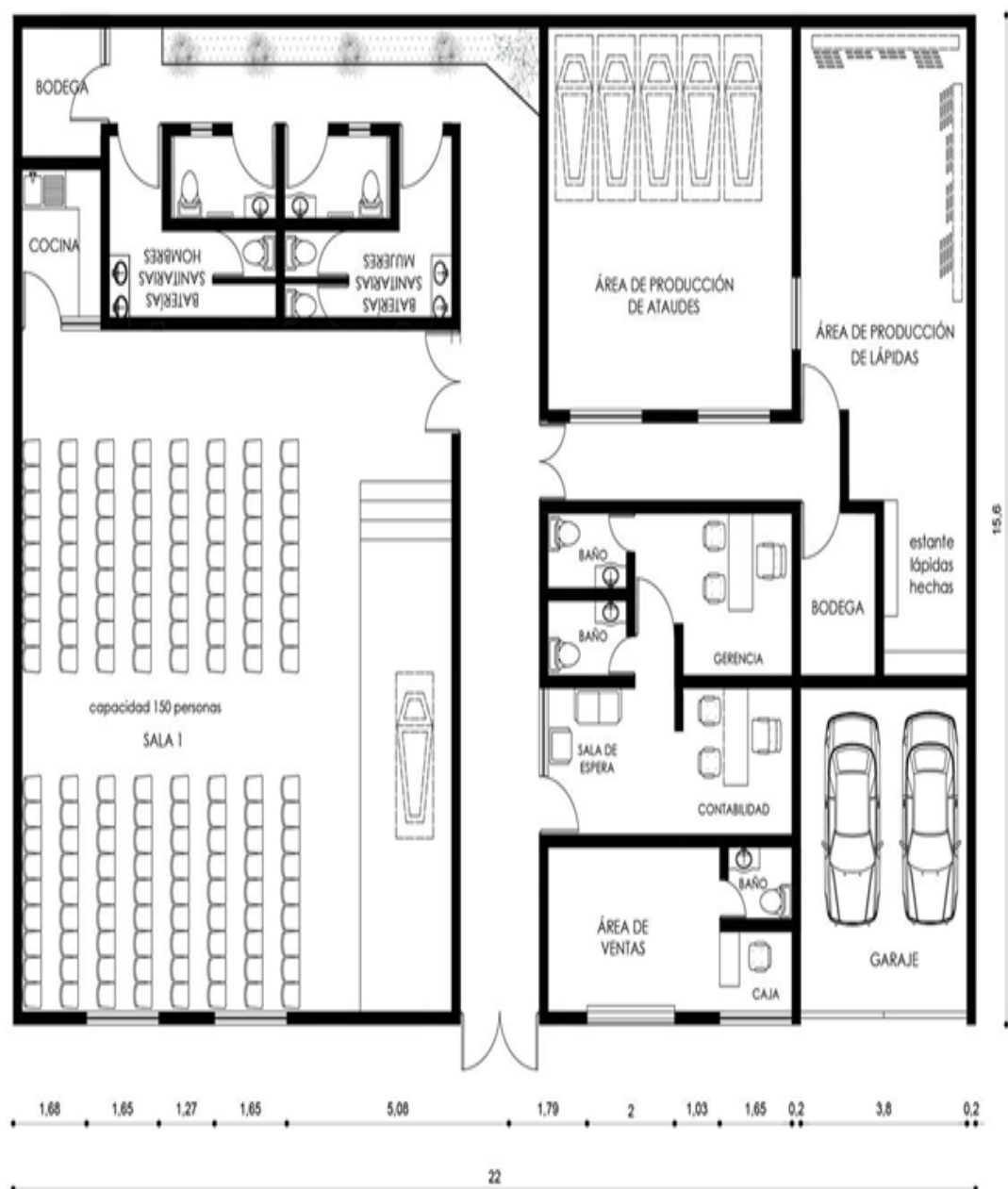
**Cuadro 74 Dependencias del proyecto**

DEPENDENCIAS	CANTIDAD
Administración	1
Sala de espera	1
Área de producción ataúdes	1
Área de producción de lápidas	1
Bodega	2
Sala de velación capacidad 100 personas	1
Área de ventas	1
Cocina	1
Baños	3
Garaje	1
<b>Total</b>	<b>13</b>

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### 4.4.1 Distribución de la planta



## EMPRESA PRODUCTORA DE ATAÚDES ESC 1:100

*Ilustración 18 Distribución de la planta*

**Fuente:** Liseth Paredes

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

## 4.5 Tamaño del proyecto

### 4.5.1 Disponibilidad de materia prima

La materia prima es un elemento muy importante para la realización de los productos y para poder brindar el servicio funerario.

Los proveedores de materia prima se encuentran en Ibarra, Natabuela, Salcedo, Cuenca y Otavalo, se detallan a continuación:

**Cuadro 75 Principales proveedores**

PROVEEDOR	PRODUCTO	DIRECCIÓN
DEPÓSITO DE MADERAS “TORRES QUEZADA”	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Madera (tablones y tablas)</li> <li>✓ MDF (planchas)</li> <li>✓ Laca</li> <li>✓ Fondo</li> <li>✓ Lijas</li> <li>✓ Sellador</li> <li>✓ Tiñer</li> <li>✓ Pega</li> <li>✓ Bisagras</li> <li>✓ Clavos</li> <li>✓ Tornillos</li> </ul>	Velasco Ibarra junto a Hostería Natabuela
DISENSA	Planchas de metal galvanizada de 0,5 milímetros	Ibarra – Av. Eugenio Espejo-Sector Periférico Sur
FÁBRICA MARMOLERA OTAVALO	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Planchas de mármol</li> <li>✓ Planchas de porcelanato</li> </ul>	Otavalo
IMPORTADORA DE GRANITO S.A	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Planchas de granito</li> </ul>	Salcedo
VIDRIERÍA LA MACARENA	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Láminas de vidrio</li> </ul>	Ibarra - Pedro Moncayo 9-29 y Gonzalo Zaldumbide
MERCANTIL GARZÓN CÍA LTDA.	Telas	José olmedo y Av. Pérez Guerrero
MEGA ESPONJAS	Esponjas	Ibarra - Av. Mariano Acosta sector el Obelisco
LA MINGA	Plásticos	Ibarra - Av. Mariano Acosta sector el Obelisco
MARMOLERIA VICENTE NARVÁEZ	Aplicques para lápidas	Cuenca
FUNERARIA LUCIANO UNDA	Herrajes, tubos y tapas de los mismos	Otavalo
FLORISTERÍA LOS LIRIOS	Arreglos florales	Ibarra - Antonio José de sucre – Frente a la Unidad Educativa la Salle

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016



#### **4.5.2 Disponibilidad de mano de obra**

El talento humano es considerado la parte indispensable del estudio, ya que del compromiso de cada trabajador dependerá el progreso de la microempresa. La disponibilidad de mano de obra dentro de la ciudad de Ibarra es considerable ya que hay existencia de operarios con conocimiento sobre la realización de los productos, y personal con conocimiento administrativo.

Para establecer la jornada de trabajo de los operarios y del administrador encargado de la sala de velación se toma en base al Código de Trabajo dónde menciona:

##### **De la jornada máxima.-**

(Código de Trabajo, 2017) menciona: “Las jornadas de trabajo obligatorio no pueden exceder de 5 días en la semana, o de 40 horas semanales”.

##### **Jornadas especiales de mayor duración.-**

La jornada de trabajo, puede superar las ocho horas diarias de labor, sin que esto signifique, el pago de trabajo suplementario, así tenemos en el inciso (b, Art. 58 CT.).

b) La jornada de trabajo también puede superar las ocho horas, cuando los empleados tuvieren funciones de confianza y dirección, esto es el trabajo de quienes, en cualquier forma representen al empleador o hagan sus veces; el de los agentes viajeros, de seguros de comercio; y, el de los guardianes o porteros residentes. (Código de Trabajo, 2017)

En la microempresa existirá el siguiente personal:

**Cuadro 76 Requerimiento de personal de producción**

PERSONAL	CANTIDAD	HORAS DE TRABAJO SEMANAL C/U	HORAS DE TRABAJO SEMANAL
Operario/fabricación de ataúdes	2	40 h.	80 h.
Operario/lápidas	1	40 h.	40 h.
<b>Total</b>	<b>3</b>		<b>120 h.</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

**Cuadro 77 Requerimiento de personal de administración**

PERSONAL	CANTIDAD	HORAS DE TRABAJO SEMANAL
Gerente	1	40 h.
Administrador	1	40 h.
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>80 h.</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

**Cuadro 78 Requerimiento de personal de ventas**

PERSONAL	CANTIDAD	HORAS DE TRABAJO SEMANAL
Vendedor	1	40 h.
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>40 h.</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### 4.5.3 Disponibilidad de financiamiento

El proyecto dispondrá de recursos propios, pero no son los suficientes por lo que se incurrirán en un préstamo otorgado por entidades financieras de la ciudad de Ibarra las cuales ofertan distintos créditos y con ciertas tasas de interés, sin embargo la mejor alternativa para la inversión es por medio del Banco Internacional que ofrece créditos para medianas y pequeñas empresas a una tasa de interés anual del 11,83%.

Es necesario obtener un crédito de dicha institución para poner en marcha la microempresa, ya que se necesita de maquinarias, muebles y enseres, equipos de computación, vehículo y sobre todo la infraestructura; por lo que es indispensable buscar fuentes de financiamiento.

**Cuadro 79 Entidades financieras de Ibarra**

COOPERATIVAS	BANCOS
Atuntaqui	Pichincha
Pilahuintío	Pacífico
Artesanos Ltda.	Procredit
San Antonio Ltda.	Promerica
Credivisión	Produbanco
Imbaburapak	Banecuador
23 de Julio Ltda.	Internacional
Amazonas	Guayaquil
Santa Anita Ltda.	Capital
CACMU Ltda.	Austro S.A

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### 4.6 Capacidad instalada

Para determinar la capacidad instalada del estudio se consideró la demanda insatisfecha y se realizó un análisis de las horas trabajadas para lo cual se establece la producción semanal, mensual y anual con una capacidad al 100%.

**Cuadro 80 Capacidad instalada de ataúdes**

DESCRIPCIÓN		SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
<b>Metal</b>	Recto	6	22	264
	Redondo	4	14	168
	Sardina	1	5	60
<b>Madera</b>	Recto	7	28	336
	Redondo	5	18	216
	Sardina	2	6	72
	Tallados	1	5	60
	Exclusivos	1	4	48
<b>Total</b>		<b>26</b>	<b>102</b>	<b>1224</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

**Cuadro 81 Capacidad instalada de servicios funerarios**

DESCRIPCIÓN	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
Alquiler de veladoras	1	6	69
Alquiler sala de velación	2	8	92
Servicio de traslado	1	5	54
Servicio completo	4	15	175
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>33</b>	<b>390</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

**Cuadro 82 Capacidad instalada de lápidas**

DESCRIPCIÓN	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
Mármol	4	14	170
Granito	1	3	39
Porcelanato	2	8	94
Vidrio	1	5	57
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>30</b>	<b>360</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

La microempresa tiene una capacidad instalada para trabajar durante 8 horas diarias de lunes a viernes, sin embargo a inicios de sus operaciones la entidad no trabajará al 100% por lo tanto se establece la productividad de ataúdes en un 42%, de lápidas el 35% y la prestación de servicios a un 35%; por ende se detalla a continuación la cantidad de productos y servicios que efectuará la microempresa.

**Cuadro 83 Capacidad a ejecutar de ataúdes**

DESCRIPCIÓN		SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
Metal	Recto	2	9	111
	Redondo	1	6	71
	Sardina	1	2	25
Madera	Recto	3	12	141
	Redondo	2	8	91
	Sardina	1	3	30
	Tallados	1	3	36
	Exclusivos	1	3	36
<b>Total</b>		<b>11</b>	<b>45</b>	<b>541</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

**Cuadro 84 Capacidad a ejecutar de servicios funerarios**

DESCRIPCIÓN	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
Alquiler de veladoras	1	2	24
Alquiler sala de velación	1	3	32
Servicio de traslado	0	2	19
Servicio completo	1	5	61
<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>11</b>	<b>137</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

**Cuadro 85 Capacidad a ejecutar de lápidas**

DESCRIPCIÓN	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
Mármol	1	5	60
Granito	0	1	13
Porcelanato	1	3	33
Vidrio	0	2	20
<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>11</b>	<b>126</b>

**Fuente:** Estudio Técnico


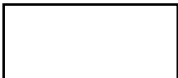

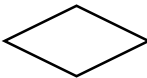

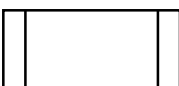
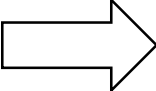
**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### 4.7 Diseño del proceso productivo y venta

Para la descripción de los procesos productivos de los productos y servicios se estableció la siguiente simbología utilizada en los flujogramas.

**Cuadro 86 Simbología de los flujogramas**

SIMBOLOGÍA	SIGNIFICADO
	INICIO/FIN
	PROCESO
	DOCUMENTACIÓN
	TOMA DE DECISIONES
	CONECTOR
	SUBPROCESO
	TRANSPORTE

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### 4.7.1 Proceso de elaboración de un ataúd

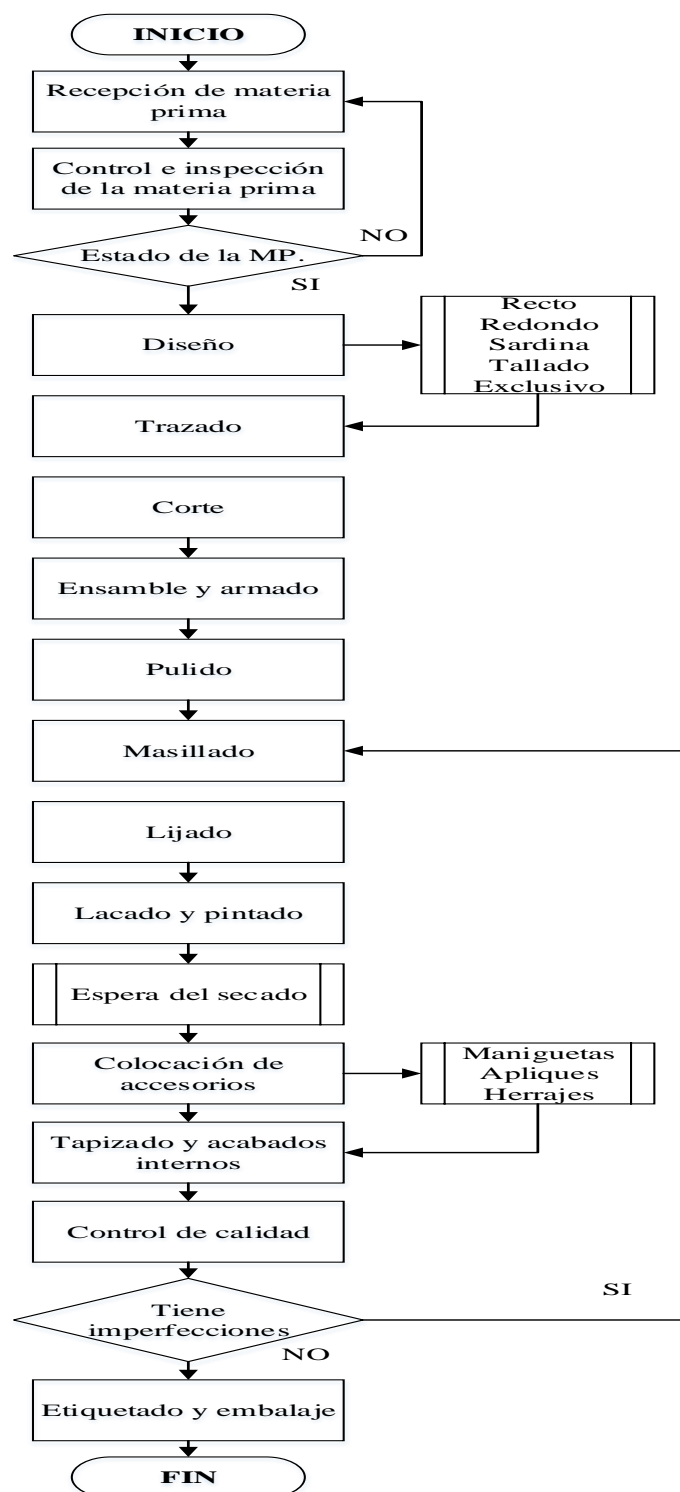


Gráfico 37 Proceso de elaboración de un ataúd

Elaborado por: Autora  
Año: 2016

#### **4.7.1.1 Descripción técnica del procesamiento**

##### **4.7.1.1.1 Recepción de materia prima:**

En este proceso se realiza el ingreso de la materia prima e insumos necesarios para la elaboración de ataúdes al área de producción ya sean estos metálicos o de madera.

##### **4.7.1.1.2 Control e inspección:**

Los trabajadores se encargan de clasificar la materia prima óptima para la elaboración de los ataúdes de madera, ya que existen algunas maderas que vienen con imperfecciones, por lo cual es necesario escogerlas.

##### **4.7.1.1.3 Diseño:**

En esta etapa los trabajadores establecerán el diseño a realizarse dependiendo si el ataúd es de metal o madera, en cuanto a los metálicos se podrá optar por diseños en recto, redondo y sardina y para los de madera se podrá realizar en tallados exclusivos y los mismos anteriormente mencionados.

##### **4.7.1.1.4 Trazado:**

Se realiza los trazados para luego proceder al corte por las líneas dibujadas, éstas deben ser con tres milímetros o más dependiendo del grosor de la sierra para que las medidas del ataúd sea exacto.

##### **4.7.1.1.5 Corte:**

En este proceso se realiza los cortes de las piezas, éstas dependerán del diseño y medidas; para el ataúd metálico se utilizará la cortadora de metal y para los de madera

se utilizará la mesa de la sierra recta, en la cual se establecerá una guía o escuadra para el corte adecuado de cada pieza, con el fin de que éstas sean iguales.

#### **4.7.1.1.6 Ensamble y armado:**

Dentro de este proceso se realiza las molduras superiores e inferiores que van sobre la base del cajón, estas pueden variar su diseño, ya que puede ser anchas, delgadas o en paneles. En los metálicos pueden ir dobladas o se puede unir las partes, dependerá de la complejidad del diseño.

Para realizar el armado de las tapas del cajón en los metálicos la base inferior será reforzada con una parrilla de metal con el fin de que ésta sea más resistente y los de madera tendrán en la base inferior puentes o canales que cumplen la misma función; en cuanto a la tapa superior puede ser completa o con tapilla.

#### **4.7.1.1.7 Pulido:**

Se realiza mediante la utilización de la pulidora, la cual permite dar al metal y a la madera una mejor apariencia después de haber sido procesada.

#### **4.7.1.1.8 Masillado:**

Para los dos tipos de ataúdes se realiza el mismo procedimiento utilizando el mustan que es una masa compacta que viene ya preparada que permite rellenar aquellas imperfecciones y de los cortes que se da a la madera y al metal.

#### **4.7.1.1.9 Lijado:**

En esta fase se da un lijado a mano, mismo que permite que la madera y metal logren tener una textura apta para dar el fondo y lacado.



**4.7.1.1.10 Lacado y pintado:**

En este proceso se utiliza el compresor y el soplete para dar el color del fondo a los ataúdes de madera, mientras que a los metálicos pasa directamente al lacado ya que su textura es más apta; dicho terminado puede variar dependiendo el diseño porque pueden ir desde muy brillantes hasta un fondo mate, es decir sin brillo.

**4.7.1.1.11 Espera del secado:**

Se espera durante 30 minutos que seque la pintura para evitar rayones y que ésta sea manipulable al momento de colocar los accesorios.

**4.7.1.1.12 Colocación de accesorios:**

Se procede a colocar los accesorios que tendrán los ataúdes como las maniguetas los herrajes y apliques, utilizando el taladro industrial se fija en el cajón con mucho cuidado evitando rayar o dañar el producto, la decoración dependerá del tipo de diseño y costo.

**4.7.1.1.13 Tapizado y acabados internos:**

Se realiza el tapiz con un relleno de los residuos de la madera, es decir la viruta gruesa luego se pone una esponja, se procede a cortar y pegar la tela; dependerá del tipo y diseño de ataúd para utilizar la calidad y cantidad de tela y finalmente se pone un listón para tapar los clavos o imperfecciones del tapiz.

**4.7.1.1.14 Control de calidad:**

Se verifica si el producto está en perfectas condiciones, es decir que éste no tenga rayones o imperfecciones que afecten la calidad del producto terminado. Si tuviera alguna falencia el producto regresa al proceso de masillado.

#### 4.7.1.15 Etiquetado y embalaje:

Para este proceso se coloca la etiqueta manualmente en la parte lateral del cajón y un plástico que cubre todo el ataúd con el fin de evitar rayones.

#### 4.7.2 Proceso de venta de un ataúd

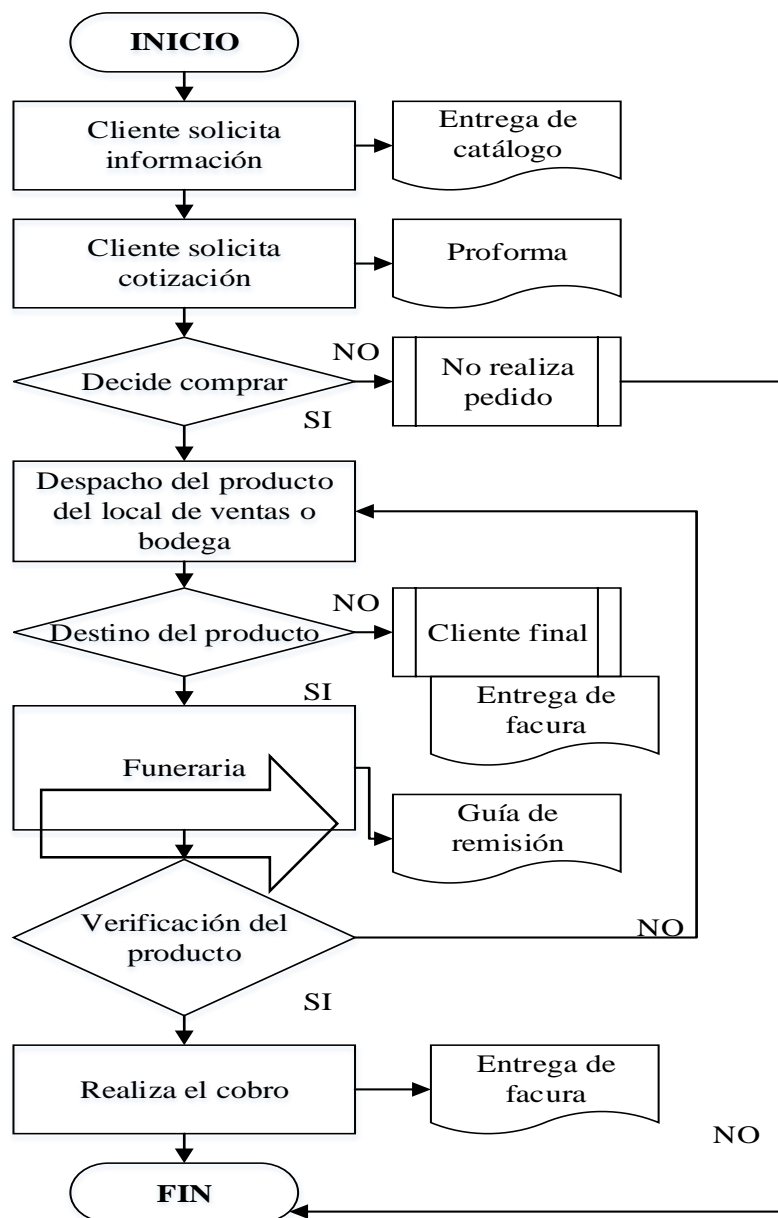


Gráfico 38 Proceso de venta de un ataúd

Elaborado por: Autora  
Año: 2016

#### **4.7.2.1 Descripción del proceso de venta de ataúdes**

##### **4.7.2.1.1 Cliente solicita información:**

Para los propietarios de funerarias se les proporcionará un catálogo donde podrán ver los modelos y precios para luego proceder al pedido. En el caso del consumidor final se le informará sobre costos de ataúdes que se encuentren en el área de ventas.

##### **4.7.2.1.2 Cliente solicita cotización:**

La cotización difiere para las funerarias como para el consumidor final ya que el precio de venta no será igual, sin embargo se entregará una proforma si así lo desea la persona interesada en adquirir nuestros productos.

##### **4.7.2.1.3 Despacho del producto del local de ventas o bodega:**

Si el cliente final decide comprar se entrega el producto con su respectiva factura, el cliente realiza el pago y finaliza el proceso, para el caso de las funerarias implica transportar el producto hasta el almacén, para lo cual se realiza la respectiva guía de remisión y al llegar al lugar de entrega se verifica si el producto está de acuerdo al pedido y en buenas condiciones y se procede al cobro y entrega de la factura.

### 4.7.3 Proceso de prestación de los servicios funerarios

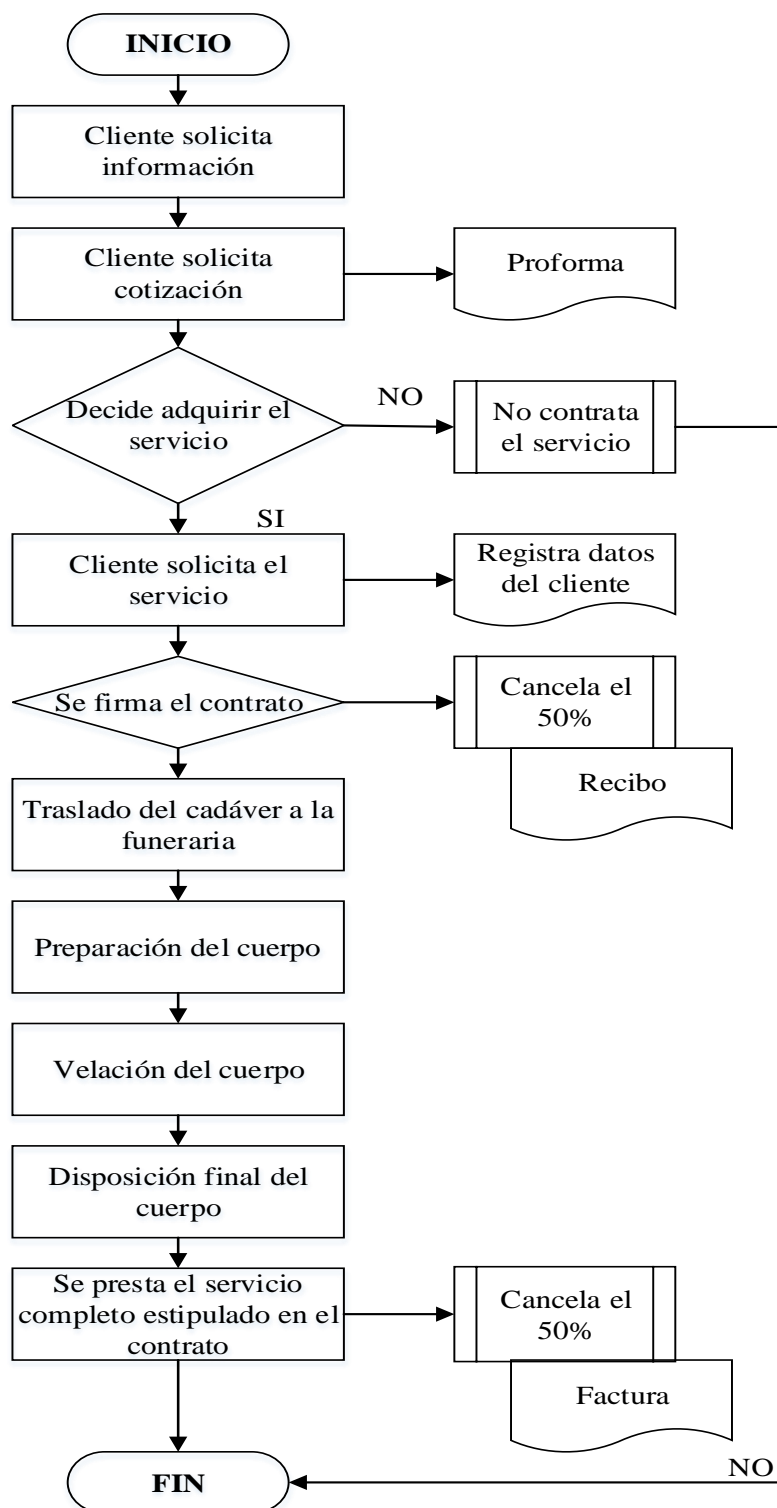


Gráfico 39 Proceso de prestación de los servicios funerarios

Elaborado por: Autora  
Año: 2016

#### **4.7.3.1 Descripción de la prestación de los servicios funerarios**

La prestación del servicio exequial se refiere a cuando fallece una persona, abarca un conjunto de actividades que se desarrollarán al momento de la contratación de los productos y servicios hasta el destino final de la persona fallecida.

##### **4.7.3.1.1 Cliente solicita información:**

En este proceso el encargado proporciona la información suficiente de todos los servicios con que cuenta la microempresa.

##### **4.7.3.1.2 Cliente solicita cotización:**

En caso de que la persona interesada necesite la cotización se le proporcionará una proforma de los costos del servicio que requiera.

##### **4.7.3.1.3 Cliente solicita el servicio:**

Se registra los datos del cliente y se establece en el contrato que tipo de servicio va adquirir especificando los detalles que tendrá este en base a los requerimientos del familiar, posteriormente las partes proceden a la firma y se cobra el 50% del costo del servicio prestado, entregando al cliente el respectivo recibo.

##### **4.7.3.1.4 Traslado del cadáver a la funeraria:**

Una vez firmado el respectivo contrato de prestación de servicios y que la familia cuente con el certificado de defunción, se recoge el cadáver del domicilio, hospital o medicina legal y se lo traslada a la funeraria. Para realizar el desplazamiento del cuerpo se utiliza camillas para luego situarlo en la sala de velación.

**4.7.3.1.5 Preparación del cuerpo:**

Se realiza en el tratamiento estético y conservación temporal de un cadáver utilizando implementos como el formol, además se realiza la limpieza del cuerpo del fallecido.

**4.7.3.1.6 Velación del cuerpo:**

Una vez preparado el cuerpo se lo deposita en un cofre y se traslada a la capilla ardiente donde será velado. Se realiza un homenaje póstumo al fallecido por parte de los familiares y amigos con una duración de 24 a 36 horas para luego finalizar con una ceremonia o misa, esto dependerá de la religión de los familiares del fallecido.

**4.7.3.1.7 Disposición final del cuerpo:**

Luego la ceremonia religiosa se procede al traslado del cadáver en carroza en un acompañamiento hasta llegar al cementerio donde será enterrado o al crematorio para su posterior inhumación o cremación.

**4.7.3.1.8 Se presta el servicio completo estipulado en el contrato:**

Una vez finalizado con todos los requerimientos estipulados en el contrato el cliente cancela el otro 50% del costo del servicio y se entrega la factura respectiva.

#### 4.7.4 Proceso de elaboración de una lápida

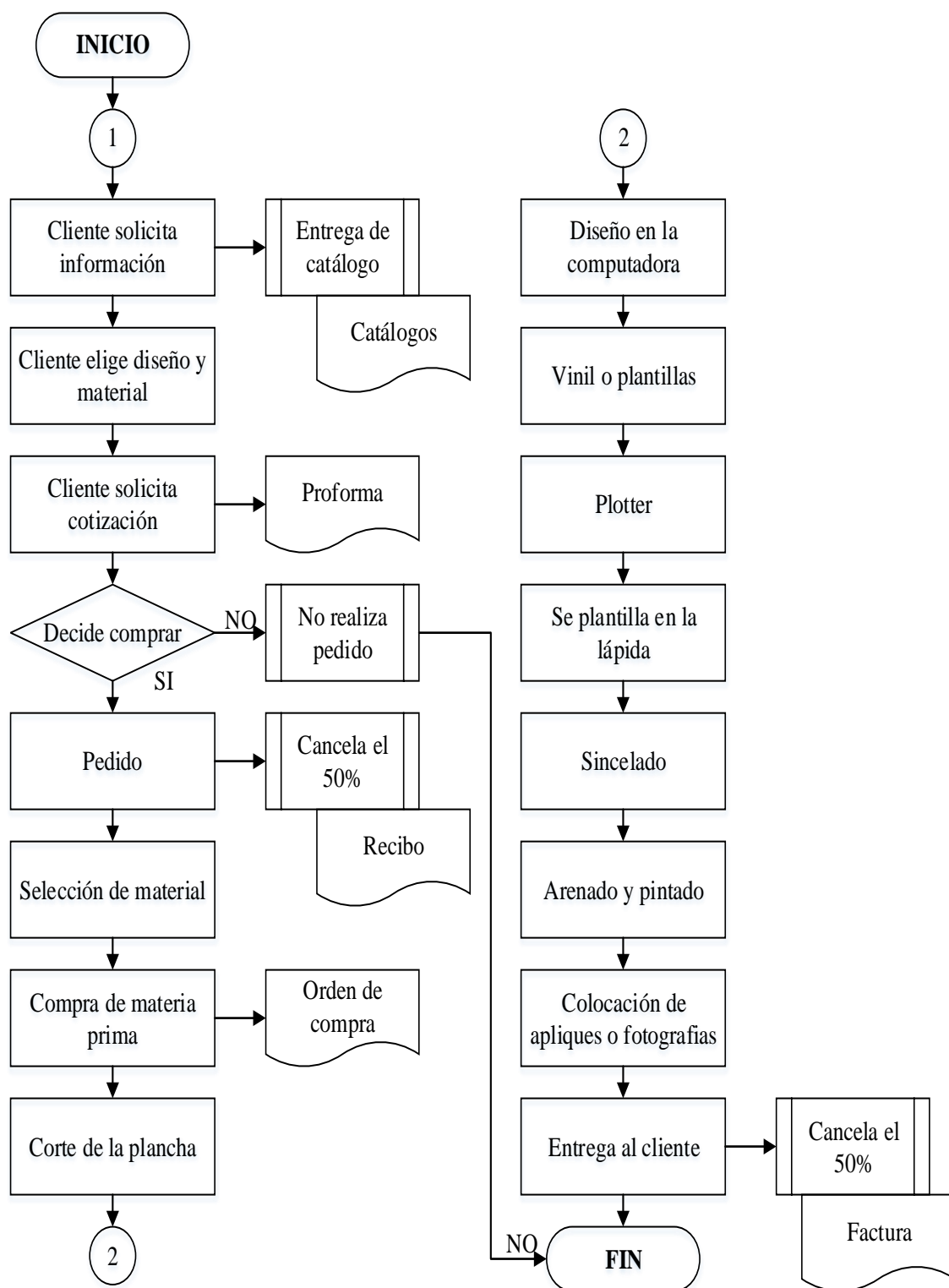


Gráfico 40 Proceso de elaboración de una lápida

Elaborado por: Autora  
Año: 2016

#### **4.7.4.1 Descripción técnica del procesamiento.**

##### **4.7.4.1.1 Cliente solicita información:**

Se le da a conocer al cliente en que material puede ser elaborada una lápida como el mármol, granito, porcelanato y vidrio.

##### **4.7.4.1.2 Cliente elige diseño y material:**

Se le facilita un catálogo con distintos modelos, para que así el cliente pueda decidir de qué material y con los detalles que ira la lápida.

##### **4.7.4.1.3 Cliente solicita cotización:**

En esta fase se proporciona una proforma al cliente con los costos de la lápida, dependerá de las medidas que ésta tenga y el material en que se vaya a trabajar.

##### **4.7.4.1.4 Cliente realiza pedido:**

Al estipularse el pedido el cliente deberá cancelar el 50% del costo total de la lápida y deberá facilitar las medidas exactas de la misma.

##### **4.7.4.1.5 Selección del material:**

En este proceso dependiendo de los requerimientos del cliente, se separa los materiales necesarios a utilizarse como por ejemplo apliques, fotos u otros decorativos que puedan ir en la lápida.



**4.7.4.1.6 Compra de materia prima:**

Se emite una orden de compra de la materia prima y de otros implementos necesarios, tanto para las diseñadas como las talladas, la cantidad dependerá del tamaño de la lápida.

**4.7.4.1.7 Corte de la plancha:**

Se realiza el corte de la plancha cuidadosamente para que posteriormente no tenga imperfecciones, será en base a las medidas proporcionadas por el cliente, para lo cual estas deben ser exactas con el fin de evitar un segundo corte que dañe el terminado del producto.

**4.7.4.1.8 Diseño en la computadora:**

Aquí se realiza el modelo tanto para lápidas diseñadas como talladas y que posteriormente será plasmado en el vinilo por medio del plotter.

**4.7.4.1.9 Impresión en el plotter:**

Después de haber diseñado se plantilla en el vinilo, es un papel que toma las imágenes que llevará la lápida para luego establecer en la plancha ya sea de mármol, porcelanato, granito o vidrio.

**4.7.4.1.10 Se plantilla en la lápida:**

Se coloca el vinilo sobre la lápida para que el diseño o la imagen se plasme en la misma, en este proceso se debe tener mucho cuidado para que lo que va a contener en la lápida quede perfecto.

#### **4.7.4.1.11 Se realiza el cincelado:**

Este proceso se hace únicamente en lápidas talladas a excepción de las de material de vidrio ya que estas solo pueden ser grabadas.

#### **4.7.4.1.12 Se realiza el arenado, sombreado y pintado:**

El arenado es una técnica donde se da sombreados y estilos a la imagen esto se realiza únicamente en las lápidas diseñadas y talladas.

#### **4.7.4.1.13 Colocación de apliques y fotografías:**

Finalmente se pone los apliques que el cliente escogió, estos pueden ser un alto o bajo relieve.

#### **4.7.4.1.1 Entrega al cliente:**

Finalmente se entrega el producto al cliente y deberá cancelar el otro 50% del costo de la lápida y se le entrega la respectiva factura.

### **4.9 Requerimiento de maquinaria y equipo**

Para el presente proyecto se requiere de las siguientes maquinarias, herramientas y equipos necesarios tanto para la fabricación de ataúdes y lápidas, así como para la prestación de los servicios funerarios.

#### **Maquinaria:**

❖ **Sierra circular de mesa**



*Ilustración 19 Sierra circular de mesa*

- Esta maquinaria es necesaria para realizar el corte de la madera.
- Tiene una guía para establecer medidas.
- Cuenta con un motor eléctrico.
- Se puede adaptar diferentes tamaños de sierras.
- Posee un adaptador de brocas para realizar huecos.
- Cuenta con carro deslizante y mesa del disco giratoria.

**Cuadro 87 Principales características técnicas de la sierra circular de mesa**

CARACTERÍSTICAS	DETALLE
Potencia del motor	4 Hp. (tri. 380v)
Disco	400 mm.
Eje disco	30 mm.
R.p.m	2.800
Medidas de la mesa	945 x 715 mm.
Capacidad de corte 90°	120 mm.
Capacidad de corte 45°	90 mm.
Inclinación	0/45°
Aspiración	100 mm.
Dimensiones	950 x 720 x 1.200 mm.
Peso	150 kg.

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### ❖ Caladora



*Ilustración 20 Caladora*

- Es adecuada para cortes circulares u otros más complejos.
- Cuenta con una sierra de cinta.
- Es apta para ajustar las medidas para un corte.
- Poleas de acero inoxidable con doble pestaña.
- Tensado de cinta de proceso automático.
- Dispositivo de parada de cinta.

**Cuadro 88 Principales características técnicas de la caladora**

CARACTERÍSTICAS	DETALLE
Sierra integrada de acero inoxidable	18/10
Dispositivo de parada de cinta	4 segundos
Pulsadores de marcha-paro, seta de emergencia	IP65
Altura	1,68 cm.
Peso	132 kg.
Potencia del motor	3 Hp. (330v)
Medidas de la mesa	70 x 62

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### ❖ Caladora eléctrica manual



*Ilustración 21 Caladora eléctrica manual*

- Corta madera, metal y aluminio.
- Cambio de cuchilla con llave.
- Velocidad variable provee mayor control en materiales y aplicaciones.
- Liviana y fácil de usar en trabajos más complejos.
- Tiene una aspiradora conectada al sistema de extracción de polvo.

- Tiene interruptor con traba, facilita cuando se trabaja en un tiempo prolongado.

### Cuadro 89 Principales características técnicas de la caladora manual

CARACTERÍSTICAS	DETALLE
Sierra integrada	22 cm.
Dispositivo de prendido y apagado	inmediato
Base metálica	18 x 26 cm

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

### ❖ Torno



*Ilustración 22 Torno*

- Es útil para realizar los torneados en madera
- Tiene puntas inoxidables que permite sujetar la madera con firmeza
- Cuenta con una manija reguladora
- Se adapta un motor con banda
- Tiene una piedra sincladora

### Cuadro 90 Principales características técnicas del torno

CARACTERÍSTICAS	DETALLE
Potencia del motor	3 Hp.
Poder	550 w.
Longitud máxima de la pieza	1000 mm.
Diámetro del torno	350 mm
Velocidad	750-260RPM/50HZ 890-3050RPM/60HZ
Clase de velocidad	3
Peso neto	75 kg.
Empaque	1600 x 450 x 450 mm.

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

❖ **Lijadora***Ilustración 23 Lijadora*

- Realiza el pulido de la madera a través de un disco circular.
- Tiene una manigueta para sostener con mayor comodidad.
- Cuenta con un protector del disco.

**Cuadro 91 Principales características técnicas de la lijadora**

CARACTERÍSTICAS	DETALLE
Modelo	DEWALT PALMA DW 26441
Plato amplio	180 mm.
Motor	1200 vatios
Peso	3,45 kg.

Elaborado por: Autora

Año: 2016

❖ **Taladro industrial***Ilustración 24 Taladro industrial*

- Esta herramienta es esencial para empernar.
- Cuenta con una manigueta para realizar los trabajos con precisión.
- Tiene un botón automático de encendido y apagado.
- Se puede adaptar brocas de distintas medidas.

### Cuadro 92 Principales características técnicas del taladro industrial

CARACTERÍSTICAS	DETALLE
Modelo	DWALT ½ DW024 REV/V.V
Medida	1/2
Potencia	650 W.
Resolución	2800 rpm
Velocidad	Variable reversible

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### ❖ Tupí manual



*Ilustración 25 Tupí manual*

- Herramienta necesaria para realizar los tallados y canales de los ataúdes.
- Tiene dos manijas para guiar con facilidad sobre la madera.
- Posee una base regulable apta para maderas más gruesas.
- Cuenta con una caja de cuchillas que dan distintos acabados en la madera.

### Cuadro 93 Principales características técnicas de la tupí manual

CARACTERÍSTICAS	DETALLE
Tensión de red	230 V/50Hz
Potencia	1200 W
Velocidad en vacío	11000-30000 1/min
Altura de carrera	55 mm
Pinzas	6+8 mm/30mm
Peso	3,25 kg

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### ❖ Compresor



*Ilustración 26 Compresor*

- Esta herramienta es ideal para trabajos de pintura, carpintería, tapicería, inflado, limpieza y todo tipo de herramientas neumáticas como grapadoras, clavadoras, taladros y lijadoras.
- Su gran capacidad con un calderón de 50 litros.
- Es excelente para cualquier trabajo en cualquier lugar por su reducido peso que hace su transporte fácil ya que tiene dos ruedas.

**Cuadro 94 Principales características técnicas del compresor**

CARACTERÍSTICAS	DETALLE
Aire aspirado	22 ltr/min.
Depósito	50 litros.
Presión máxima	8 Bar.
Potencia motor	2 Hp.
Sección del cable	2,5 mm.
Lubricado con aceite	
Proteccion térmica de rearme automático	
Arranque por presostato	
Salida del aceite	1/4".
Dimensiones	830 x 380 x 720
Peso	36 kg.

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### ❖ Amoladora



*Ilustración 27 Amoladora*

- Ideal para pulir en mármol, porcelanato y granito.
- Su potencia permite el corte de dichos materiales anteriormente mencionados.
- Tiene un mango de goma para manipularla con seguridad.



**Cuadro 95 Principales características técnicas de la amoladora**

CARACTERÍSTICAS	DETALLE
Potencia	1950 W.
Número de velocidades	6000 rpm.
Peso	4,89 kgs.
Diámetro del disco	230 mm.

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

❖ **Dobladora**



*Ilustración 28 Dobladora*

- Esta maquinaria es necesaria para doblar el toldo que será utilizado en los ataúdes metálicos.
- Su capacidad para doblar es ideal en distintos calibres del toldo.

**Cuadro 96 Principales características técnicas de la dobladora**

CARACTERÍSTICAS	DETALLE
Modelo	Ds 318
Longitud de doblez	3' (91cm)
Capacidad de boblez	Caliber 18
Apertura de garganta	3"
Angulo de Cortina	45°
Dimensiones de la máquina	1060 x 840 x 1240 mm.
Peso aproximado	290 kgs.

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

❖ **Soldadora**



*Ilustración 29 Soldadora*

- Esta máquina es adecuada para realizar las soldaduras en metal de distinto calibre.
- Es transportable ya que cuenta con cuatro llantas.
- Tiene un generador para invertir sinérgico pulsado y (opcional) doble pulsado.
- El generador está equipado con una amplia gama de curvas sinérgicas almacenadas.

**Cuadro 97 Principales características técnicas de la soldadora**

CARACTERÍSTICAS	DETALLE
Hilo continuo	(MIG-MAG, MIG SINÉRGICO PULSADO).
Unidad arrastra hilo cebrá en aluminio	De 4 rodillos

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

### **Equipo:**

#### ❖ **Plotter**



*Ilustración 30 Plotter*

- Este plotter está diseñado principalmente para cortar vinilo adhesivo que es utilizado en la elaboración de lápidas.
- Tiene entre otras cosas, la circuitería necesaria para controlar la orientación y la posición de la cuchilla, su diseño es con rodillo que facilita la salida del vinilo.
- Sus medidas son de son 50, 60 y 120 cm.

#### ❖ **Computador**



*Ilustración 31 Computador*

**Cuadro 98 Principales características técnicas del computador**

CARACTERÍSTICAS	DETALLE
Modelo	Case Combo E- Laser Negro Gris WSC-6360
Board Gigabyte H110M-H LGA 1151 DDR4	6ta GENE HDMI
Procesador Intel Core i7-6700 3.4 Ghz	6ta GENERAC
Dimm 4 Gb DDR4	PC-2133Kingston PC Non ECC
Disco duro 1TB SATA	Toshiba PC 7200RMP
DVD RW LG	Super Multi SATA 24X DVD-52X CD
Lector de memorias interno	3.5"
Monitor	LG 20" LED 20M38H
Regulador	Forza 1000VA 500W 110V
Mesa	KA-750 vidrio negro
Multifunción Impresora	L220 sistema continuo original, tinta recargable

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

### **Herramientas:**

#### **❖ Clavillo neumático**



*Ilustración 32 Clavillo neumático*

- Ideal para clavar y grapar en madera.
- Clavadora de aire para clavos en rollo, en tira y sin cabeza.
- Su equipo es ligero y bien balanceado que brinda maniobrabilidad.
- Tiene un mango de goma suave y confortable.

**Cuadro 99 Principales características técnicas del clavillo neumático**

CARACTERÍSTICAS	DETALLE
Para clavos en rollo	Ga. 11 de 3,05 mm inclinación 15/16°
Longitud	20-45 mm.
Presión de trabajo	75-100psi
Entrada de aire	6 mm/(1/4")
Record flexible	1/4"
Peso neto	2,7 kgs.
Capacidad de clavos	120 unid. En rollo
Disparador ajustable	360

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

❖ **Prensadora semiredonda**

*Ilustración 33 Prensadora semiredonda*

- Es adecuada para dar forma semiredonda a las tapas de los ataúdes en madera.
- Cuenta con un mango que al girar se ajusta para dar la forma semiredonda.
- Su estructura es de metal.
- Su longitud es de 2,10 mtr

❖ **Cepillo de madera**

*Ilustración 34 Cepillo de madera*

- Es necesario para el cepillado de la madera en caso de excesos de la misma.
- La profundidad de rebaje es ajustable.
- El grosor de la viruta es ajustable.

**Cuadro 100 Principales características técnicas del cepillo**

CARACTERÍSTICAS	DETALLE
Marca	Stanley
Modelo	12-173
Cuchilla	43 mm.
Ancho del cepillo	55 mm.

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

❖ **Soplete***Ilustración 35 Soplete*

- Es útil para el terminado de los ataúdes y lápidas.
- La punta del soplete es regulable.
- Cabida de pintura de un litro.
- Modelo Porten p472

❖ **Martillo***Ilustración 36 Martillo*

- Martillo de 16 onzas con un mango anti derrape.
- Su cabeza y manija son de acero con larga durabilidad.
- Manija ergonómicamente para las posiciones variadas del apretón.
- Largo total 338m m, 13-5/16 "
- Modelo STANLEY.
- De 29mm y 20 Hzs.

❖ **Cinzel***Ilustración 37 Cincel*

- Se lo utiliza en las lápidas talladas, que permite dar forma al diseño de la misma; la punta del cincel puede ser fina, gruesa y plana la utilización de estas dependerá del terminado que se quiera dar a una lápida.
- Su estructura es de acero cromo vanadio forjado en una sola pieza que aumenta la fuerza y durabilidad al momento de utilizarla.
- Endurecido y templado para aumentar la durabilidad y seguridad.
- Revestimiento de pintura amarilla para mayor visibilidad.
- Bellota 12"x 3/4 16x300mm

#### ❖ **Espátula**



*Ilustración 38 Espátula*

Espátula 2 1/2", tiene un mango de madera con un hueco superior, es adecuada para masillar las imperfecciones en la madera y metal.

#### ❖ **Flexómetro**



*Ilustración 39 Flexómetro*

- Tiene láminas de acero delgadas.
- El rebobinado que posee es automático.
- Su revestimiento es de plástico.

- Posee un gancho resistente para sobreponer.
- Cuenta con un resorte reforzado.

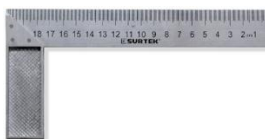
#### ❖ **Juego de pinceles**



*Ilustración 40 Pinceles*

Son necesarios para para pintar las lápidas, esto pueden ser de distintas formas y su grosor dependerá el tipo de diseño que se vaya a realizar.

#### ❖ **Escuadra**



*Ilustración 41 Escuadra*

Se utilizan para trabajos de carpintería, es una herramienta de comprobación usada para marcar y medir con exactitud. Para la elaboración de lápidas es muy necesaria porque los nichos ya están realizados con medidas exactas. Consta de una paleta ancha hecha de acero y tiene un mango para asegurar la paleta a 90 grados.

#### ❖ **Camilla**



*Ilustración 42 Camilla*

- Será utilizada al momento de trasladar el cuerpo del fallecido a la funeraria.
- Estructura hecha de acero inoxidable.
- Recubrimiento de PVC para facilitar su limpieza y desinfección.
- La parte superior es desmontable que permite su uso independiente para transportar al cuerpo.
- Diseño con cuatro ruedas en las extremidades, con frenos incorporados para facilitar su movimiento de forma segura y controlada.
- El largo es de 1,90 por 54 de ancho y de 95cm de alto.

❖ **Estuche de maquillaje**



*Ilustración 43 Estuche de maquillaje*

Es necesario para la tanatoestética que implica maquillar y acomodar imperfecciones del rostro del fallecido, para lo cual se utilizará este kit completo de maquillaje, su caja es de aluminio para evitar que los productos de belleza se dañen, además cuenta con departamentos multiniveles.

❖ **Equipo de velación (Capilla Ardiente)**



*Ilustración 44 Equipo de velación*



Este equipo se lo utilizará en la velación de la persona fallecida en caso de que los familiares opten por la utilización de las instalaciones de la microempresa o caso contrario esta puede ser alquilada, entonces será instalada en el domicilio o lugar que escoja los familiares. El equipo de velación cuenta con lo siguiente:

- Un crucifijo de madera.
- Dos lámparas.
- Dos torcheros.
- Dos floreros.
- Dos andas o base para colocar el ataúd.

#### **4.10 Inversiones en activos fijos**

Para el proyecto se necesitará el terreno, la infraestructura, maquinaria y herramientas, vehículo, muebles y enseres, equipo de oficina y equipo de computación.

##### **4.10.1 Terreno**

Para la compra del terreno se consideró un lugar estratégico para establecer la planta de producción y el área de ventas, mismo que está ubicado por el periférico sur en el frente al parque Ciudad de Ibarra lote N° 81 según datos del Municipio de Avalúos y Catastros.

**Cuadro 101 Terreno**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD METRO 2	VALOR METRO 2	VALOR TOTAL
Terreno	400	50,00	20.000,00
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>50,00</b>	<b>20.000,00</b>

**Fuente:** Municipio Avalúos y Catastros

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### 4.10.2 Infraestructura

Se estableció la infraestructura en base a la capacidad de producción y servicios funerarios que se va a prestar, por lo tanto a continuación se describe cada área:

**Cuadro 102 Infraestructura**

DESCRIPCIÓN	CANT. MTR. 2	VALOR METR. 2	VALOR TOTAL
Administración	18,00	230,00	4.140,00
Sala de espera	4,64	230,00	1.067,20
Área de producción ataúdes	40,00	150,00	6.000,00
Área de producción lápidas	20,00	150,00	3.000,00
Bodegas	20,00	150,00	3.000,00
Sala de velación capacidad 100 personas	60,00	230,00	13.800,00
Área de ventas	14,15	230,00	3.254,50
Circulación	40,64	80,00	3.251,20
Garaje	19,76	80,00	1.580,80
Espacio verde	12,00	80,00	960,00
<b>Total</b>	<b>249,19</b>	<b>1.610,00</b>	<b>40.053,70</b>

**Fuente:** Liseth Paredes

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### 4.10.3 Maquinaria

Se realizará la adquisición de las principales maquinarias para la producción de ataúdes y lápidas a continuación se detalla cada uno.

**Cuadro 103 Maquinaria para la instalación**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Sierra circular de mesa	2	800,00	1.600,00
Caladora	1	538,00	538,00
Caladora eléctrica manual	1	185,00	185,00
Torno	1	680,00	680,00
Lijadora	2	166,67	333,34
Taladro industrial	1	72,81	72,81
Tupí manual	1	220,00	220,00
Compresor	2	95,00	190,00
Amoladora	1	132,00	132,00
Dobladora	1	820,00	820,00
Soldadora	1	580,00	580,00
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>4.289,48</b>	<b>5.351,15</b>

**Fuente:** Proformas

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### 4.10.4 Herramientas

Las herramientas para implantar la microempresa para la producción y para los servicios exequiales, a continuación se detalla la inversión fija y variable:

**Cuadro 104 Inversión fija**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Prensadora semiredonda	2	68,00	136,00
Equipo de velación	2	600,00	1.200,00
Amplificación	1	175,00	175,00
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>843,00</b>	<b>1.511,00</b>

**Fuente:** Proformas

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### 4.10.5 Vehículo

Este vehículo permitirá el traslado de las personas fallecidas desde la sala de velaciones hasta el campo santo.

**Cuadro 105 Vehículo de traslado**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Carroza fúnebre	1	12.000,00	12.000,00
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>12.000,00</b>	<b>12.000,00</b>

**Fuente:** www.mercadolibre.com

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### 4.10.6 Muebles y enseres

Serán necesarios para el área administrativa, la sala de espera, el área de ventas y para las salas de velación; para lo cual se adquirirá los siguientes activos:

**Cuadro 106 Muebles y enseres**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorios	2	85,00	170,00
Sillas de escritorio	2	32,00	64,00
Sillones x 3	1	125,00	125,00
Mesa de centro	1	25,00	25,00
Archivadores de 2 x1,5	1	60,00	60,00
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>327,00</b>	<b>444,00</b>

**Fuente:** Proformas

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### 4.10.7 Equipo de cómputo

El equipo de cómputo es necesario para la realización de los diseños de las lápidas y también para que los funcionarios puedan realizar sus actividades.

**Cuadro 107 Equipo de cómputo**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Plotter	1	740,00	740,00
Computador (Incluye impresora)	2	1.179,00	2.358,00
<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>1.919,00</b>	<b>3.098,00</b>

**Fuente:** Proformas

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### 4.10.8 Equipo de oficina

Constituyen un elemento principal para el personal de administración para que puedan realizar actividades que desempeñe cada uno de ellos dentro de la microempresa.

**Cuadro 108 Equipo de oficina**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfono	2	14,50	29,00
Calculadora	2	22,00	44,00
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>36,50</b>	<b>73,00</b>

**Fuente:** Proformas

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### 4.10.9 Resumen de activos fijos

Para llevar a cabo la implantación de la microempresa se requiere de los activos fijos que se detalla a continuación:

**Cuadro 109 Resumen de activos fijos**

DESCRIPCIÓN	VALOR
Terreno	20.000,00
Infraestructura	40.053,70
Maquinaria y equipo	5.351,15
Herramientas	1.511,00
Vehículo	12.000,00
Muebles y enseres	444,00
Equipo de cómputo	3.098,00
Equipo de oficina	73,00
<b>Total</b>	<b>82.530,85</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### 4.11 Inversiones en activos corrientes

Los activos corrientes representan a aquellos que la entidad ocupará en el transcurso de la vida útil del proyecto.

##### 4.11.1 Inversión variable

**Cuadro 110 Herramientas (Inversión variable)**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Soplete	2	13,16	26,32
Cinzel	2	4,80	9,60
Clavillo neumático	2	34,82	69,64
Flexómetro	5	3,80	19,00
Juego de pinceles	1	2,99	2,99
Equipo de maquillaje	1	45,00	45,00
Juego de ollas	1	40,00	40,00
Juego de vajillas	1	60,00	60,00
Juego de vasos	2	15,00	30,00
Charolas	2	6,00	12,00
Cafetera	1	12,00	12,00
Cocineta	1	95,00	95,00
Cilindro de gas	1	60,00	60,00
Cepillo de madera	2	39,90	79,80
Martillo	5	6,80	34,00
Espátula	5	1,00	5,00
Escuadra	2	5,20	10,40
Camilla	1	65,00	65,00
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>510,47</b>	<b>675,75</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### 4.11.2 Muebles y enseres

Son un elemento principal para que la entidad pueda realizar sus actividades, mismos que se necesitarán en el área de ventas y en la sala de velación.

**Cuadro 111 Muebles y enseres (Inversión Variable)**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Sillas pluma	100	18,00	1.800,00
Estanterías	4	30,00	120,00
<b>Total</b>	<b>104</b>	<b>48,00</b>	<b>1.920,00</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### 4.11.3 Equipo de seguridad

Son indispensables estos equipos en caso de accidentes y sobre todo es un requisito para obtener el permiso de los bomberos, por lo tanto estos se encontrarán en las áreas de producción y en las salas de velación.

**Cuadro 112 Equipo de seguridad (Inversión Variable)**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Extintor	3	30,00	90,00
Botiquín	1	20,00	20,00
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>50,00</b>	<b>110,00</b>

**Fuente:** Proforma

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### 4.11.4 Resumen activos corrientes

Los activos corrientes que necesitará la microempresa son los siguientes:

**Cuadro 113 Resumen de activos corrientes**

DESCRIPCIÓN	VALOR
Herramientas	675,75
Muebles y enseres	1.920,00
Equipo de seguridad	110,00
<b>Total</b>	<b>2.705,75</b>

**Fuente:** Proforma

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

## 4.12 Costos de producción

### 4.12.1 Materia prima directa e insumos

La materia prima directa que se utilizará en el proyecto para realizar los ataúdes, lápidas y para prestar el servicio funerario; se determinaron en base a la capacidad instalada del proyecto.

Se estableció la cantidad de materia prima necesaria para realizar ataúdes metálicos en los diseños recto, redondo y sardina:

**Cuadro 114 Cantidad de materia prima directa para ataúdes metálicos**

RUBROS	DENOM.	CANT. SEMANTAL	CANT. MENSUAL	CANT. ANUAL
Toldo galvanizada de 0,5	plancha	5	21	255
Suelda	libra	2	8	91
Masilla	unidad	2	8	91
Lijas/pliegos N° 100	unidad	4	17	207
Tiñer	litros	4	17	207
Laca/café	litros	4	17	207
Laca/brillo	litros	4	17	207
Tornillos de 1 pulgada	unidad	52	207	2480
Bisagras de 2 pulgadas	unidad	17	69	827
Esponja negra de 1cm a 5cm	unidad	4	17	207
Plástico grueso	metros	13	52	620
Tela carola	metros	13	52	620
<b>Total</b>		<b>125</b>	<b>501</b>	<b>6016</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

El costo de la materia prima directa se consideró sobre el precio unitario de las mismas y a este se multiplicó por la cantidad de ataúdes a producir y dependiendo del diseño.

**Cuadro 115 Costo de materia prima directa para ataúdes metálicos**

RUBROS	DENOM	PRECIO UNITARIO	COSTO SEMANAL	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Toldo galvanizada de 0,5	plancha	13,50	71,58	286,34	3.436,02
Suelda	libra	1,50	4,55	18,19	218,23
Masilla	unidad	1,00	2,75	11,01	132,15
Lijas/pliegos N° 100	unidad	0,48	2,07	8,27	99,19
Tiñer	litros	1,50	6,46	25,83	309,96
Laca/café	litros	4,20	18,08	72,32	867,89
Laca/brillo	litros	4,00	17,22	68,88	826,56
Tornillos de 1 pulgada	unidad	0,05	3,78	15,12	181,44
Bisagras de 2 pulgadas	unidad	0,25	5,66	22,65	271,76
Esponja negra 1cm a 5cm	unidad	1,50	6,46	25,83	309,96
Plástico grueso	metros	0,95	12,27	49,08	588,92
Tela carola	metros	1,80	23,25	92,99	1.115,86
<b>Total</b>			<b>174,12</b>	<b>696,49</b>	<b>8.357,93</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

La cantidad de materia prima directa en los ataúdes de madera se determinó en base a la cantidad a producir según la capacidad de la microempresa y en base a los diseños de cada producto, ya que cada uno difiere la cantidad que requieren para su elaboración.

**Cuadro 116 Cantidad de materia prima directa para ataúdes de madera**

RUBROS	DENOM.	CANT. SEMANAL	CANT. MENSUAL	CANT. ANUAL
MDF de 15 mm	plancha	7	28	334
Tablón de laurel /cepillado	unidad	8	31	370
Tabla de laurel / cepillada	unidad	8	31	370
Masilla	unidad	7	28	334
Lijas/pliegos N° 180	unidad	14	56	668
Lijas de disco N° 120	unidad	11	44	527
Sellador /Bering	litros	7	28	334
Tiñer	litros	22	90	1074
Fondo/café	litros	7	28	334
Brillante/ Duralac	litros	7	28	334
Clavos de 2 pulgadas	unidad	70	278	3341
Clavos de 1 1/2 pulgadas	unidad	104	418	5011
Tornillos MDF 1 1/2 pulgadas	unidad	84	334	4009
Pega	litros	8	31	370
Bisagras de 2 pulgadas	unidad	41	162	1944
Esponja negra de 1 centímetro	unidad	8	31	370
Plástico grueso	metros	21	84	1002
Tela carola	metros	23	93	1110
<b>Total</b>		<b>455</b>	<b>1820</b>	<b>21838</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016



El costo total se fijó del costo unitario y de la multiplicación de la cantidad a producir en cada periodo y difieren los mismos dependiendo del diseño que se vaya a realizar.

**Cuadro 117 Costo de la materia prima directa para ataúdes de madera**

RUBROS	DENOM	PRECIO UNITARIO	COSTO SEMANAL	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
MDF de 15 mm	plancha	32,80	228,29	727,18	8.726,11
Tablón de laurel/cepillado	unidad	8,00	61,68	201,36	2.416,32
Tabla de laurel/ cepillada	unidad	4,50	34,70	113,27	1.359,18
Masilla	unidad	1,00	6,96	22,17	266,04
Lijas/pliegos N° 180	unidad	0,53	7,38	25,50	306,04
Lijas de disco N° 120	unidad	0,60	6,59	21,82	261,79
Sellador /Bering	litros	4,13	28,74	91,56	1.098,75
Tiñer	litros	1,50	33,57	125,78	1.509,30
Fondo/café	litros	6,13	42,66	135,90	1.630,83
Brillante/ Duralac	litros	4,00	27,84	88,68	1.064,16
Clavos de 2 pulgadas	unidad	0,01	0,56	3,13	37,61
Clavos de 1 1/2 pulgadas	unidad	0,01	0,63	4,38	52,52
Tornillos MDF 1 1/2 pulgadas	unidad	0,05	4,18	25,78	309,31
Pega	litros	1,63	12,57	41,03	492,33
Bisagras de 2 pulgadas	unidad	0,25	12,60	56,07	672,84
Esponja negra de 1 centímetro	unidad	1,50	28,67	97,65	1.171,80
Plástico grueso	metros	0,95	19,84	73,96	887,49
Tela carola	metros	1,80	78,53	303,93	3.647,16
<b>Total</b>			<b>635,97</b>	<b>2.159,13</b>	<b>25.909,58</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

La cantidad de materia prima de los servicios funerarios completos que prestará la entidad son los siguientes:

**Cuadro 118 Cantidad de materia prima directa de los servicios funerarios**

RUBROS	DENOM.	CANT. SEMANAL	CANT. MENSUAL	CANT. ANUAL
Arreglos florales	unidad	3	10	122
Gasolina (extra)	galón	1	5	61
Ataúd	unidad	3	12	144
<b>Total</b>		<b>7</b>	<b>27</b>	<b>328</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

La determinación del costo de los servicios funerarios fue establecida en base a la cantidad de servicios definidos en la capacidad instalada y considerando el precio unitario de los mismos.

**Cuadro 119 Costo de la materia prima directa de los servicios funerarios**

RUBROS	DENOM.	PRECIO UNITARIO	COSTO SEMANAL	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Arreglos florales	unidad	12,00	30,60	122,40	1.468,86
Gasolina (extra)	galón	1,30	1,66	6,63	79,56
Ataúd	unidad	263,44	335,90	1.343,60	16.123,17
<b>Total</b>			<b>368,16</b>	<b>1.472,63</b>	<b>17.671,59</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

La cantidad de materia prima para las lápidas dependerá de las medidas que el cliente requiera, sin embargo se determinó en base a las lápidas con las medidas de mayor demanda que es de 65cm de ancho por 58 de largo, por lo tanto las planchas llegan al por mayor en metros cuadrados, para lo cual se establece de la siguiente manera.

**Cuadro 120 Cantidad de materia prima directa de lápidas**

RUBROS	DENOM.	CANT. SEMANAL	CANT. MENSUAL	CANT. ANUAL
Mármol Italiano	metros 2	1	5	60
Granito Italiano negro	metros 2	0	1	13
Porcelanato	metros 2	1	3	33
Vidrio de 4 mm.	metros 2	0	2	20
Pintura	litros	3	12	139
Mustan	unidad	3	12	139
Arenado	litros	2	9	106
Bondes	libras	3	12	139
Vinilo	metros 2	3	12	141
<b>Total</b>		<b>16</b>	<b>66</b>	<b>790</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

El costo de la materia prima se detalla por material utilizado y por el costo unitario de cada una.

**Cuadro 121 Costo de la materia prima directa de lápidas**

RUBROS	DENOM.	PRECIO UNITARIO	COSTO SEMANAL	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Mármol Italiano	metros 2	70,00	86,96	347,83	4.173,97
Granito Italiano negro	metros 2	210,00	59,01	236,03	2.832,34
Porcelanato	metros 2	20,00	13,75	55,01	660,17
Vidrio de 4mm.	metros 2	38,00	15,74	62,94	755,29
Pintura	litros	4,20	11,03	44,10	529,20
Mustan	unidad	1,20	3,15	12,60	151,20
Arenado	litros	1,80	3,98	15,92	191,02
Bondes	libras	3,80	9,98	39,90	478,80
Vinilo	metros 2	2,00	5,25	21,00	252,00
<b>Total</b>			<b>208,83</b>	<b>835,33</b>	<b>10.023,99</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### 4.12.2 Costo de mano de obra directa

Constituye el personal que laborará en las instalaciones de la entidad, a continuación se detalla los siguientes:

**Cuadro 122 Mano de obra directa**

DESC.	Nº	REMUNERACIÓN MENSUAL	REMUNERACIÓN ANUAL	APORTE PATR. ANUAL	D.TERCERO	D.CUARTO	TOTAL AÑO 1
Operario/ ataúdes	1	375,00	4.500,00	546,75	375,00	375,00	6.171,75
Operario/ ataúdes	1	375,00	4.500,00	546,75	375,00	375,00	6.171,75
Operario/ lápidas	1	375,00	4.500,00	546,75	375,00	375,00	6.171,75
Total	3	1.125,00	13.500,00	1.640,25	1.125,00	1.125,00	18.515,25

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### 4.12.3 Costos indirectos de fabricación

Constituye la materia prima indirecta necesaria para que el producto este finalmente terminado, así como la mano de obra indirecta que se incurre en el mismo para que este sea de calidad.

#### 4.12.3.1 Materia prima indirecta

Este rubro está constituido por a aquellas materias primas indirectas que permiten que el producto sea de calidad y con los terminados finales, estos insumos se los utiliza tanto para los ataúdes de metálicos como para los de madera.

**Cuadro 123 Cantidad de materia prima indirecta para ataúdes**

RUBROS	DENOM.	CANT. SEMANAL	CANT. MENSUAL	CANT. ANUAL
Aplicques	unidad	11	45	541
Herrajes nacionales	unidad	90	360	4326
Tubo de 3 metros	unidad	11	45	541
Tapas de tubos	unidad	45	180	2163
Maniguetas	unidad	45	180	2163
Plástico	metros	34	135	1622
Etiqueta	unidad	11	45	541
<b>Total</b>		<b>248</b>	<b>991</b>	<b>11896</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

De acuerdo a la cantidad antes establecida de materia prima indirecta se determinó el costo unitario y el costo que la entidad incurrirá en la elaboración de ataúdes metálicos y de madera.

**Cuadro 124 Costo de materia prima indirecta para ataúdes**

RUBROS	DENOM.	PRECIO UNITARIO	COSTO SEMANAL	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Aplicques	unidad	2,00	22,53	90,12	1.081,44
Herrajes nacionales	unidad	1,50	135,18	540,72	6.488,64
Tubo de 3 metros	unidad	2,00	22,53	90,12	1.081,44
Tapas de tubos	unidad	0,80	36,05	144,19	1.730,30
Maniguetas	unidad	0,90	40,55	162,22	1.946,59
Plástico	metros	0,80	27,04	108,14	1.297,73
Etiqueta	unidad	0,20	2,25	9,01	108,14
<b>Total</b>		<b>8,20</b>	<b>286,13</b>	<b>1.144,52</b>	<b>13.734,29</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

Dentro del servicio completo no todas las personas fallecidas se les realizan la tanatoestética, por lo que únicamente al mes el 20% optan por estos procedimientos.

**Cuadro 125 Cantidad de materia prima indirecta del servicio funerario**

RUBROS	DENOM.	CANT. MENSUAL	CANT. ANUAL
Formol al 40%	litro	3,57	42,84
Maquillaje	unidad	1,02	12,24
<b>Total</b>		<b>4,59</b>	<b>55,08</b>

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autora

Año: 2016

En base a la cantidad de materia prima indirecta que se utilizará en caso de brindar el servicio funerario completo a continuación se detalla el precio unitario y costo total.

**Cuadro 126 Costo de materia prima indirecta del servicio funerario**

RUBROS	DENOM.	PRECIO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Formol al 40%	litro	1,80	6,56	78,66
Maquillaje	unidad	3,00	3,12	37,46
<b>Total</b>			<b>9,68</b>	<b>116,12</b>

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autora

Año: 2016

La materia prima indirecta para las lápidas en mármol, granito y porcelanato se necesitará apliques, estos pueden ser de distintos tamaños y diseños por lo que implica diferente costo; ya que dependiendo del gusto del cliente pueden ir en unas lápidas más y en otras menos apliques, sin embargo se estableció la cantidad y el costo de los diseños con mayor demanda.

**Cuadro 127 Cantidad de materia prima indirecta de lápidas**

RUBROS	DENOM.	CANT. SEMANAL	CANT. MENSUAL	CANT. ANUAL
Apliques	unidades	9	35	424
<b>Total</b>		<b>9</b>	<b>35</b>	<b>424</b>

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autora

Año: 2016

**Cuadro 128 Costo de materia prima indirecta de lápidas**

RUBROS	DENOM.	PRECIO UNITARIO	COSTO SEMANAL	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Apliques	unidades	3,00	26,53	106,12	1.273,49
<b>Total</b>			<b>26,53</b>	<b>106,12</b>	<b>1.273,49</b>

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autora

Año: 2016

#### 4.12.3.2 Mantenimiento de la maquinaria

**Cuadro 129 Mantenimiento de la maquinaria de la microempresa**

RUBROS	DENOM.	PRECIO UNITARIO	CANT. MENSUAL	CANT. ANUAL	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Sierra circular	unidad	18,42	2	24	36,84	442,08
Sierra de cinta	unidad	12,50	4	48	50,00	600,00
Aceite de motor	unidad	16,20	2	24	32,40	388,80
Carbones	unidad	6,00	8	96	48,00	576,00
Broca de 1/2	unidad	4,50	6	72	27,00	324,00
Broca de 1 1/2	unidad	6,20	3	36	18,60	223,20
Tinta del plotter	unidad	22,00	1	12	32,00	384,00
<b>Total</b>		<b>85,82</b>	<b>26</b>	<b>312</b>	<b>244,84</b>	<b>2.938,08</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### 4.12.3.3 Servicios básicos

**Cuadro 130 Servicios básicos utilizados en la producción y servicios de velación**

RUBROS	DENOM	PRECIO UNITARIO	CANT. MENSUAL	CANT. ANUAL	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Energía eléctrica	kw/h	0,12	400	4800	48,00	576,00
Agua potable	m3	0,05	160	1920	8,00	96,00
<b>Total</b>			<b>560</b>	<b>6720</b>	<b>56,00</b>	<b>672,00</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### 4.12.3.4 Equipo de protección

**Cuadro 131 Equipo de protección para el área de producción**

RUBROS	DENOM.	PRECIO UNITARIO	CANT. MENSUAL	CANT. ANUAL	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Gafas	unidad	4,00	5	10	20,00	40,00
Orejeras	unidad	7,00	5	10	35,00	70,00
Mascarillas	unidad	1,80	5	60	9,00	108,00
<b>Total</b>			<b>15</b>	<b>80</b>	<b>64,00</b>	<b>218,00</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

### 4.13 Gastos de administración

#### 4.13.1 Gastos de constitución

Dentro de los gastos de constitución que serán incurridos para que la microempresa se ponga en marcha o empiece sus operaciones son los siguientes:

**Cuadro 132 Gastos de constitución de la microempresa**

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR
Patente municipal	1	75,00
Registro de la propiedad	1	120,00
Transporte e instalaciones de maquinaria y equipos	2	100,00
Arquitecto y permisos de construcción	1	630,00
Permisos de funcionamiento	3	65,00
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>990,00</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### 4.13.2 Remuneraciones del personal administrativo

La remuneración del personal administrativo se cancelará en base a las remuneraciones establecidas por el IESS.

**Cuadro 133 Remuneración del personal administrativo de la microempresa**

DESCRIPCIÓN	NÚMERO	REMUNERACIÓN MENSUAL	REMUNERACIÓN ANUAL
Gerente	1	450,00	5.400,00
Administrador	1	380,00	4.560,00
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>830,00</b>	<b>9.960,00</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### 4.13.3 Servicios básicos administrativos

Para el área administrativa la microempresa necesitará de servicios básicos necesarios para desarrollar las actividades que ayudan al funcionamiento de la entidad, en cuanto a la telefonía e internet son primordiales para la comunicación con los clientes.

**Cuadro 134 Servicios básicos del área administrativa**

SERVICIO BÁSICO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Energía eléctrica	12,00	144,00
Agua	6,00	72,00
Telefonía	10,00	120,00
Internet	22,00	264,00
<b>Total</b>	<b>50,00</b>	<b>600,00</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### 4.13.4 Suministros de oficina

Se requerirá la adquisición de algunos suministros de oficina para el área administrativa para el buen desarrollo de las actividades del personal.

**Cuadro 135 Suministros de oficina del área administrativa**

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Tinta para impresora	1	15,00	15,00	15,00
Cartuchos impresora	1	30,00	30,00	30,00
Archivador oficio negro	2	2,59	5,18	5,18
Resma de papel 75gr. A4	1	3,50	3,50	42,00
Esfero BIC P/M Negro	5	0,23	1,15	13,80
Perforadora metálica bester	2	5,27	10,54	10,54
Grapadora carioca office	2	2,41	4,82	4,82
Caja de grapas 5000 N° 26/6	1	0,98	0,98	11,76
Sello	1	5,00	5,00	5,00
Tinta para sello	1	1,20	1,20	14,40
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>66,18</b>	<b>77,37</b>	<b>152,50</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### 4.13.5 Suministros de limpieza

Para que la microempresa tenga una buena imagen y presentación se realizará el respectivo aseo, para lo cual se proveerá de los siguientes suministros:



**Cuadro 136 Suministros de limpieza o aseo**

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Escoba	4	2,00	8,00	8,00
Trapeador	2	3,00	6,00	6,00
Basurero	4	3,00	12,00	12,00
Franela	2	1,00	2,00	24,00
Desinfectante en litros	1	3,00	3,00	36,00
Jabón líquido	1	1,50	1,50	18,00
Papel higiénico grande	2	2,40	4,80	57,60
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>15,90</b>	<b>37,30</b>	<b>161,60</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### **4.14 Gastos de ventas**

##### **4.14.1 Remuneraciones del personal de ventas**

La remuneración del personal de ventas será en base a la tabla sectorial del IESS, el cual estará encargado de la atención al público en el local de ventas de ataúdes y lápidas.

**Cuadro 137 Remuneración del personal de ventas de la microempresa**

DESCRIPCIÓN	NÚMERO	REMUNERACIÓN MENSUAL	REMUNERACIÓN ANUAL
Vendedor	1	382,69	4.592,28
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>382,69</b>	<b>4.592,28</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

##### **4.14.2 Suministros de ventas**

Para realizar las actividades de ventas es necesario contar con los suministros para que estas se puedan llevar a cabo.

**Cuadro 138 Suministros para el área de ventas**

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Facturero	1	12,00	12,00	12,00
Perforadora metálica bester	1	5,27	5,27	5,27
Grapadora carioca office	1	2,41	2,41	2,41
Carpetas folder	2	0,30	0,60	0,60
Cuaderno académico 100 hjs.	1	1,20	1,20	1,20
Sello	1	5,00	5,00	5,00
Tinta para sello	1	1,20	1,20	4,80
Catálogos	2	15,00	30,00	30,00
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>57,38</b>	<b>57,68</b>	<b>61,28</b>

**Fuente:** Estudio Técnico**Elaborado por:** Autora**Año:** 2016**4.14.3 Gastos de publicidad**

Estos gastos de publicidad permitirán que la microempresa se dé a conocer por medio del internet y tarjetas de presentación.

**Cuadro 139 Gastos de publicidad**

RUBRO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Anuncios publicitarios	20,00	240,00
Tarjetas de presentación	10,00	120,00
<b>Total</b>	<b>30,00</b>	<b>360,00</b>

**Fuente:** Estudio Técnico**Elaborado por:** Autora**Año:** 2016**4.14.4 Gasto de transporte**

Este gasto permitirá que la microempresa pueda distribuir sus productos a funerarias de la provincia de Imbabura.

**Cuadro 140 Gastos de transporte para la entrega de los productos**

RUBRO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Flete (Entrega de productos a funerarias)	80,00	960,00
<b>Total</b>	<b>80,00</b>	<b>960,00</b>

**Fuente:** Estudio Técnico**Elaborado por:** Autora**Año:** 2016

#### 4.15 Capital de trabajo

Para que la microempresa pueda realizar sus actividades de funcionamiento normalmente y sin interrupciones se requerirá de capital de trabajo para un mes. Para lo cual se determinó al capital anual y a la inversión variable dividido para 12 meses.

**Cuadro 141 Capital de trabajo para un mes**

RUBRO	VALOR MENSUAL
Materia prima directa	5.163,59
Mano de obra directa	1.125,00
Costos indirectos de fabricación	1.561,16
Gastos administrativos	994,67
Gastos de ventas	550,37
Inversión variable	225,48
<b>Total</b>	<b>9.620,28</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

##### 4.15.1 Inversión total

La inversión total para llevar a cabo el proyecto y que cuente con todos los rubros para la elaborar los productos y prestar los servicios funerarios se detallan a continuación:

**Cuadro 142 Inversión total del proyecto**

DESCRIPCIÓN	RESUMEN	VALOR	PORCENTAJE
Activos fijos		82.530,85	89%
Terreno	20.000,00		
Infraestructura	40.053,70		
Maquinaria de instalación	5.351,15		
Herramientas de instalación	1.511,00		
Vehículo	12.000,00		
Muebles y enseres	444,00		
Equipo de computo	3.098,00		
Equipo de oficina	73,00		
Activos diferidos		990,00	1%
Inversión variable		9.620,28	10%
<b>Inversión final</b>		<b>93.141,13</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

#### 4.15.2 Financiamiento

Para que el estudio de factibilidad se lleve a cabo se contará con capital propio, conformado por la aportación del propietario y copropietario que son los accionistas, además de recursos financiados por medio del Banco Internacional que otorga créditos para la adquisición de activos fijos y material de trabajo a una tasa de interés del 11,83% con un plazo de 5 años.

**Cuadro 143 Financiamiento**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Inversión propia	41.913,51	45%
Inversión financiada	51.227,62	55%
<b>Total</b>	<b>93.141,13</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2016

## **CAPÍTULO V**

### **5. ESTUDIO FINANCIERO**

#### **5.1 Introducción**

En el estudio financiero ayuda a establecer los respectivos ingresos, costos y gastos que generará el proyecto; además permite conocer el nivel de endeudamiento que tendrá el proyecto y finalmente permite conocer si existe rentabilidad o no mediante la evaluación de los indicadores financieros.

#### **5.2 Objetivos**

##### **5.2.1 Objetivo general**

Desarrollar el estudio económico financiero mediante el análisis de indicadores de rentabilidad, con el fin de saber si generará beneficios económicos suficientes mediante una evaluación financiera.

##### **5.2.2 Objetivos específicos**

- Determinar y proyectar los ingresos que generará la microempresa en base a la capacidad instalada.
- Establecer los costos y gastos que incurrirá la microempresa en el desarrollo de sus actividades.
- Realizar una evaluación financiera en base a indicadores de rentabilidad.
- Comprobar si el estudio generará rentabilidad mediante un análisis financiero.

### 5.3 Determinación de los ingresos proyectados

Para realizar la proyección de los ingresos se tomó en cuenta la capacidad instalada de la microempresa, la cantidad de productos a realizar anualmente en un 42% de ataúdes, en un 35% de servicios funerarios y 35% de lápidas; para el precio unitario se estableció en base al promedio de cada costo unitario y finalmente se multiplicó la cantidad por el precio para obtener el total de ingresos en el año 1.

**Cuadro 144 Ingresos por ventas**

DETALLE	CANTIDAD	P.U	TOTAL AÑO 1
<b>ATAUDES METALICOS</b>			
Recto	111	95,40	10.577,95
Redondo	71	110,50	7.796,88
Sardina	25	190,00	4.788,00
<b>Total</b>	<b>207</b>		<b>23.162,83</b>
<b>ATAUDES DE MADERA</b>			
Recto	141	255,00	35.985,60
Redondo	91	355,00	32.205,60
Sardina	30	230,00	6.955,20
Tallados	36	475,00	17.100,00
Exclusivos	36	555,00	19.980,00
<b>Total</b>	<b>334</b>		<b>112.226,40</b>
<b>SERVICIOS FUNERARIOS</b>			
Alquiler de veladoras	24	65,50	1.579,21
Alquiler sala de velación	32	175,00	5.647,32
Servicio de traslado	19	55,50	1.049,90
Servicio completo	61	430,00	26.317,05
<b>Total</b>	<b>137</b>		<b>34.593,48</b>
<b>LÁPIDAS</b>			
Mármol	60	94,50	5.634,86
Granito	13	375,00	5.057,75
Porcelanato	33	125,00	4.126,06
Vidrio	20	90,00	1.788,85
<b>Total</b>	<b>126</b>		<b>16.607,51</b>
<b>TOTAL</b>	<b>803</b>		<b>186.590,22</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

Para las proyecciones se tomó el precio unitario establecido en el estudio de mercado de la fijación de precios de los cuadros N° 65, 66 y 67; además en base a la tasa de inflación establecida en un promedio de los últimos 5 años que es el 3,31% y para la proyección de cantidad a producir se tomó la tasa de mortalidad que es el 0,5%.

**Cuadro 145 Proyección de ingresos por ventas**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Recto	10.577,95	10.940,12	11.404,28	11.887,19	12.389,57
Redondo	7.796,88	8.105,34	8.373,79	8.651,13	8.937,66
Sardina	4.788,00	4.907,32	5.069,85	5.237,76	5.411,24
<b>Total</b>	<b>23.162,83</b>	<b>23.952,78</b>	<b>24.847,92</b>	<b>25.776,08</b>	<b>26.738,47</b>
Recto	35.985,60	37.409,28	38.920,44	40.490,67	42.122,22
Redondo	32.205,60	33.374,94	34.480,32	35.622,31	36.802,12
Sardina	6.955,20	7.128,53	7.364,62	7.608,54	7.860,54
Tallados	17.100,00	17.666,35	18.251,46	18.855,95	19.480,46
Exclusivos	19.980,00	20.641,74	21.325,39	22.031,69	22.761,38
<b>Total</b>	<b>112.226,40</b>	<b>116.220,83</b>	<b>120.342,24</b>	<b>124.609,16</b>	<b>129.026,71</b>
Alquiler de veladoras	1.579,21	1.624,06	1.677,85	1.733,42	1.790,84
Alquiler sala de velación	5.647,32	5.785,47	5.977,09	6.175,05	6.379,57
Servicio de traslado	1.049,90	1.089,43	1.125,51	1.162,78	1.201,29
Servicio completo	26.317,05	27.542,98	28.455,20	29.397,64	30.371,29
<b>Total</b>	<b>34.593,48</b>	<b>36.041,94</b>	<b>37.235,65</b>	<b>38.468,89</b>	<b>39.742,98</b>
Mármol	5.634,86	5.857,79	6.051,80	6.252,24	6.459,31
Granito	5.057,75	5.423,88	5.603,52	5.789,11	5.980,84
Porcelanato	4.126,06	4.261,62	4.402,76	4.548,58	4.699,23
Vidrio	1.788,85	1.859,62	1.921,21	1.984,84	2.050,57
<b>Total</b>	<b>16.607,51</b>	<b>17.402,91</b>	<b>17.979,29</b>	<b>18.574,76</b>	<b>19.189,96</b>
<b>TOTAL</b>	<b>186.590,22</b>	<b>193.618,47</b>	<b>200.405,10</b>	<b>207.428,90</b>	<b>214.698,13</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

## 5.4 Determinación de los egresos

Los egresos están conformados por aquellos desembolsos que la microempresa tendrá al inicio de sus actividades como la inversión fija, variable y la requerida para los activos corrientes.

Se generan egresos a causa de las actividades que realice la entidad dentro y fuera de la misma, estos conforman los costos y los gastos como la adquisición de la materia prima directa e indirecta, el pago de la mano de obra directa e indirecta y los costos indirectos de fabricación que se generan en el desarrollo del proceso de elaboración de ataúdes, servicios funerarios y lápidas.

Para la proyección de los costos y gastos que generará la microempresa se tomó en cuenta la capacidad instalada mencionada anteriormente en el estudio técnico en los cuadros N° 83, 84 y 85.

Para realizar la proyección en cantidad se tomó la tasa de mortalidad del 0,5% y para el precio la tasa de inflación promedio de los últimos 5 años que es el 3,31%.

#### 5.4.1 Costos de producción

#### 5.5.1 Materia prima directa

Para determinar la materia prima directa necesaria tanto para los ataúdes, servicios funerarios y lápidas se tomó en cuenta la información de la cantidad de productos y servicios determinados en la capacidad instalada en los cuadros N° 83, 84 y 85. Para lo cual se multiplicó la cantidad por el precio unitario para obtener el total del año 1; a continuación se muestra la materia directa para ataúdes metálicos, de madera, servicios funerarios y lápidas en los siguientes cuadros:

**Cuadro 146 Costos de MPD de ataúdes metálicos**

DETALLE	CANTIDAD	P.U	TOTAL AÑO 1
Toldo galvanizada de 0,5	254,52	13,50	3.436,02
Suelda	91,22	3,00	273,67
Masilla	91,22	1,20	109,47
Lijas/pliegos N° 100	206,64	0,48	99,19
Tiñer	206,64	1,50	309,96
Laca/café	206,64	4,20	867,89
Laca/brillo	206,64	4,00	826,56
Tornillos de 1 1/2pulgada	2.479,68	0,05	123,98
Bisagras de 2 pulgadas	826,56	0,25	206,64
Esponja negra de 1 centímetro	206,64	1,50	309,96
Plástico grueso	619,92	0,95	588,92
Tela carola	619,92	1,80	1.115,86
<b>Total</b>			<b>8.268,12</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

En las proyecciones se utilizó la tasa de mortalidad del 05% para determinar la cantidad y para el precio se tomó la tasa de inflación de precios.



A continuación se muestra las proyecciones de la materia prima de cada producto y servicio, para lo cual se utilizó la tasa de inflación de precios promedio del 3,31% de los últimos 5 años y para proyectar la cantidad se tomó la tasa de mortalidad que es el 0.5%.

**Cuadro 147 Proyección de los costos de MPD para ataúdes metálicos**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Toldo galvanizada de 0,5	3.436,02	3.567,57	3.704,16	3.845,97	3.993,22
Suelda	273,67	284,15	295,03	306,32	318,05
Masilla (mustan)	109,47	113,66	118,01	122,53	127,22
Lijas/pliegos N° 100	99,19	102,98	106,93	111,02	115,27
Tiñer	309,96	321,83	334,15	346,94	360,22
Laca/café	867,89	901,12	935,62	971,44	1.008,63
Laca/brillo	826,56	858,21	891,06	925,18	960,60
Tornillos de 1 1/2 pulgada	123,98	128,73	133,66	138,78	144,09
Bisagras de 2 pulgadas	206,64	214,55	222,77	231,29	240,15
Esponja negra de 1 centímetro	309,96	321,83	334,15	346,94	360,22
Plástico grueso	588,92	611,47	634,88	659,19	684,43
Tela carola	1.115,86	1.158,58	1.202,93	1.248,99	1.296,81
<b>Total</b>	<b>8.268,12</b>	<b>8.584,67</b>	<b>8.913,34</b>	<b>9.254,59</b>	<b>9.608,91</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

El costo de la materia prima directa se tomó de la capacidad instalada, para luego multiplicar por el precio unitario establecido en la sensibilidad de la investigación en el estudio de mercado.

**Cuadro 148 Costos de MPD de ataúdes de madera**

DETALLE	CANTIDAD	P.U	TOTAL AÑO 1
MDF de 15 mm	334	32,80	10.957,82
Tablón de laurel / cepillado	370	8,00	2.960,64
Tabla de laurel / cepillada	370	4,50	1.665,36
Masilla	334	1,00	334,08
Lijas/pliegos N° 180	668	0,53	354,12
Lijas de disco N° 120	527	0,60	316,22
Sellador / Vernig	334	4,13	1.379,75
Tiñer	1.074	1,50	1.611,36
Fondo/café	334	6,13	2.047,91
Brillante/ Duralac	334	4,00	1.336,32
Clavos de 2 pulgadas	3.341	0,01	26,73
Clavos de 1 1/2 pulgadas	5.011	0,01	30,07
Tornillos MDF 1 1/2 pulgadas	4.009	0,05	200,45
Pega	370	1,63	603,23
Bisagras de 2 pulgadas	1.944	0,25	486,00
Esponja negra de 1 centímetro	370	1,50	555,12
Plástico grueso	1.002	0,95	952,13
Tela carola	1.110	1,80	1.998,43
<b>Total</b>			<b>27.815,75</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

**Cuadro 149 Proyección de los costos de MPD de ataúdes de madera**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MDF de 15 mm	10.957,82	11.377,35	11.812,94	12.265,21	12.734,79
Tablón de laurel cepillado	2.960,64	3.073,99	3.191,68	3.313,87	3.440,75
Tabla de laurel cepillada	1.665,36	1.729,12	1.795,32	1.864,05	1.935,42
Masilla (mustan)	334,08	346,87	360,15	373,94	388,26
Lijas/pliegos N° 180	354,12	367,68	381,76	396,38	411,55
Lijas de disco N° 120	316,22	328,33	340,90	353,95	367,50
Sellador /Vernig	1.379,75	1.432,57	1.487,42	1.544,37	1.603,50
Tiñer	1.611,36	1.673,05	1.737,11	1.803,61	1.872,66
Fondo/café	2.047,91	2.126,32	2.207,72	2.292,25	2.380,01
Brillante/ Duralac	1.336,32	1.387,48	1.440,60	1.495,76	1.553,02
Clavos de 2 pulgadas	26,73	27,75	28,81	29,92	31,06
Clavos de 1 1/2 pulgadas	30,07	31,22	32,41	33,65	34,94
Tornillos MDF 1 1/2 pulgadas	200,45	208,12	216,09	224,36	232,95
Pega	603,23	626,33	650,30	675,20	701,05
Bisagras de 2 pulgadas	486,00	504,61	523,93	543,98	564,81
Esponja negra de 1 centímetro	555,12	576,37	598,44	621,35	645,14
Plástico grueso	952,13	988,58	1.026,43	1.065,73	1.106,53
Tela carola	1.998,43	2.074,94	2.154,38	2.236,87	2.322,51
<b>Total</b>	<b>27.815,75</b>	<b>28.880,69</b>	<b>29.986,40</b>	<b>31.134,45</b>	<b>32.326,45</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

Para determinar el costo de la materia prima de los servicios funerarios se tomó la cantidad de la capacidad instalada por el precio unitario y se obtiene el total del año 1 multiplicando la cantidad por el precio unitario.

**Cuadro 150 Costos de MPD de servicios funerarios**

DETALLE	CANTIDAD	P.U	TOTAL AÑO 1
Arreglos florales	122	12,00	1.468,86
Gasolina (extra)	61	1,30	79,56
Ataúd	144	263,44	37.935,36
<b>Total</b>			<b>39.483,78</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

A continuación se realiza la proyección del costo de la materia prima de los servicios funerarios:

**Cuadro 151 Proyección de los costos de MPD de servicios funerarios**

SERVICIOS FUNERARIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Arreglos florales	1.468,86	1.525,09	1.583,48	1.644,11	1.707,05
Gasolina (extra)	79,56	82,61	85,77	89,06	92,47
Ataúd	37.935,36	39.387,74	40.895,72	42.461,44	44.087,10
<b>Total</b>	<b>39.483,78</b>	<b>40.995,44</b>	<b>42.564,98</b>	<b>44.194,60</b>	<b>45.886,62</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Autora

Año: 2017

El valor de la materia prima directa para lápidas se tomó la cantidad establecida en la capacidad instalada, misma que se multiplicó por el precio unitario para obtener el costo del año 1.

**Cuadro 152 Costos de MPD de lápidas**

DETALLE	CANTIDAD	P.U	TOTAL AÑO 1
Mármol	60	70,00	4.173,97
Granito	13	210,00	2.832,34
Porcelanato	33	20,00	660,17
Vidrio	20	38,00	755,29
Pintura	139	4,20	584,36
Mustan	139	1,20	166,96
Arenado	106	1,80	191,02
Bondes	139	3,80	528,70
Vinilo	141	2,00	281,41
<b>Total</b>			<b>10.174,22</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Autora

Año: 2017

Para realizar las proyecciones de los costos de la materia prima para lápidas se tomó las tasas antes mencionadas.

**Cuadro 153 Proyección de los costos de MPD de lápidas**

LÁPIDAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mármol	4.173,97	4.333,77	4.499,70	4.671,97	4.850,84
Granito	2.832,34	2.940,78	3.053,37	3.170,27	3.291,64
Porcelanato	660,17	685,44	711,69	738,93	767,22
Vidrio	755,29	784,21	814,23	845,40	877,77
Pintura	584,36	606,73	629,96	654,08	679,12
Mustan	166,96	173,35	179,99	186,88	194,03
Arenado	191,02	198,34	205,93	213,81	222,00
Bondes	528,70	548,94	569,96	591,78	614,44
Vinilo	281,41	292,19	303,37	314,99	327,05
<b>Total</b>	<b>10.174,22</b>	<b>10.563,75</b>	<b>10.968,19</b>	<b>11.388,11</b>	<b>11.824,11</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Autora

Año: 2017

### 5.5.2 Mano de obra directa

La entidad contará con mano de obra directa conformada por los operarios de ataúdes y lápidas, mismos que percibirán un salario según la tabla sectorial del IESS, con los respectivos beneficios de ley.

En el rol de pagos anual se determinó los fondos de reserva que correspondientes a un salario que perciben, se obtuvo los ingresos anuales, además se determinó el aporte patronal calculando el salario por el 12,15%; luego se calculó el décimo tercero que es igual al total del ingreso anual dividido para doce meses y para el décimo cuarto se tomó un salario mínimo vital y finalmente para obtener el ingreso total se realizó la suma de todos estos.

**Cuadro 154 Rol de pagos anual de mano de obra directa**

CARGO	SALARIO UNIFICADO	FONDO DE RESERVA	INGRESO ANUAL	APORTE PATR. ANUAL 12,15%	D.TERCERO	D.CUARTO	TOTAL AÑO 1
Operario/ ataúdes	375,00	375,00	4.500,00	546,75	375,00	375,00	6.171,75
Operario/ ataúdes	375,00	375,00	4.500,00	546,75	375,00	375,00	6.171,75
Operario/ lápidas	375,00	375,00	4.500,00	546,75	375,00	375,00	6.171,75
<b>Total</b>	<b>1.125,00</b>	<b>1.125,00</b>	<b>13.500,00</b>	<b>1.640,25</b>	<b>1.125,00</b>	<b>1.125,00</b>	<b>18.515,25</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

Se muestra la tasa de crecimiento salarial de los últimos 6 años que se utilizará para proyectar la remuneración de mano de obra directa.

Tabla 8 *Tasa de crecimiento salarial*

AÑO	SBU	VARIACIÓN	% DE CRECIMIENTO
2011	264,00		
2012	292,00	28	0,096
2013	312,00	20	0,064
2014	342,00	30	0,088
2015	354,00	12	0,034
2016	366,00	12	0,033
2017	375,00	9	0,024
			<b>0,33</b>
			(0,33/6)
<b>Total</b>			<b>0,056</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Autora

Año: 2017

Para proyectar los ingresos que perciben los trabajadores se determinó un promedio de las tasas de crecimiento del SBU de los últimos 6 años que es el 5,64%.

### Cuadro 155 Proyección del costo de mano de obra directa

PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Operario/ ataúdes	6.171,75	6.519,83	6.887,55	7.276,00	7.686,37
Operario/ ataúdes	6.171,75	6.519,83	6.887,55	7.276,00	7.686,37
Operario/ lápidas	6.171,75	6.519,83	6.887,55	7.276,00	7.686,37
<b>Total</b>	<b>18.515,25</b>	<b>19.559,50</b>	<b>20.662,65</b>	<b>21.828,01</b>	<b>23.059,11</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Autora

Año: 2017

### 5.5.3 Costos indirectos de fabricación

Dentro de los CIF se encuentra la materia prima indirecta, el mantenimiento de la maquinaria, los servicios básicos y el equipo de protección para los trabajadores, datos que se tomaron del estudio técnico de los cuadros N° 123 al 131 donde muestra la cantidad y costo requeridos. Se proyectará con los porcentajes anteriormente establecidos.

### 5.5.3.1 Materia prima indirecta

Para determinar la materia prima indirecta se realizó en base a la capacidad instalada para luego multiplicar por el precio unitario y finalmente obtener el costo del año 1.

**Cuadro 156 Costo de la materia prima indirecta**

DETALLE	CANTIDAD	P.U	TOTAL AÑO 1
<b>ATAÚDES</b>			
Aplicques	541	2,00	1.081,44
Herrajes nacionales	4.326	1,50	6.488,64
Tubo de 3 metros	541	2,00	1.081,44
Tapas de tubos	2.163	0,80	1.730,30
Maniguetas	2.163	0,90	1.946,59
Plástico	1.622	0,80	1.297,73
Etiqueta	541	0,20	108,14
<b>Total</b>			<b>13.734,29</b>
<b>SERVICIOS FUNERARIOS</b>			
Formol	42,84	1,80	77,12
Maquillaje	12,24	3,00	36,72
<b>Total</b>			<b>113,84</b>
<b>LÁPIDAS</b>			
Aplicques	425	3,00	1.273,49
<b>Total</b>			<b>1.273,49</b>
<b>TOTAL</b>			<b>15.121,61</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

A continuación se realiza las proyecciones en base a las tasas antes mencionadas:

**Cuadro 157 Proyección del costo de materia prima indirecta**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Aplicques	1.081,44	1.122,84	1.165,83	1.210,47	1.256,81
Herrajes nacionales	6.488,64	6.737,06	6.994,99	7.262,80	7.540,86
Tubo de 3 metros	1.081,44	1.122,84	1.165,83	1.210,47	1.256,81
Tapas de tubos	1.730,30	1.796,55	1.865,33	1.936,75	2.010,90
Maniguetas	1.946,59	2.021,12	2.098,50	2.178,84	2.262,26
Plástico	1.297,73	1.347,41	1.399,00	1.452,56	1.508,17
Etiqueta	108,14	112,28	116,58	121,05	125,68
<b>Total</b>	<b>13.734,29</b>	<b>14.260,11</b>	<b>14.806,07</b>	<b>15.372,93</b>	<b>15.961,49</b>
Formol	77,12	80,07	83,13	86,32	89,62
Maquillaje	36,72	38,13	39,59	41,10	42,68
<b>Total</b>	<b>113,84</b>	<b>118,19</b>	<b>122,72</b>	<b>127,42</b>	<b>132,30</b>
Aplicques	1.273,49	1.322,24	1.372,87	1.425,43	1.480,00
<b>Total</b>	<b>1.273,49</b>	<b>1.322,24</b>	<b>1.372,87</b>	<b>1.425,43</b>	<b>1.480,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>15.121,61</b>	<b>15.700,55</b>	<b>16.301,66</b>	<b>16.925,78</b>	<b>17.573,79</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

### 5.5.3.2 Mantenimiento maquinaria

Se realizará periódicamente el mantenimiento de la maquinaria, para lo cual se detalla a continuación lo necesario para que las máquinas estén en buen funcionamiento y así evitar algún riesgo y pérdida de tiempo.

Para obtener el total del año 1 se multiplicó la cantidad de la capacidad instalada por el precio unitario.

**Cuadro 158 Costo del mantenimiento de la maquinaria**

DETTALE	CANTIDAD	P.U	TOATL AÑO 1
Sierra circular	24	18,42	442,08
Sierra de cinta	48	12,50	600,00
Aceite de motor	24	16,20	388,80
Carbones	96	6,00	576,00
Broca de 1/2	72	4,50	324,00
Broca de 1 1/2	36	6,20	223,20
Tinta del plotter	12	42,00	384,00
<b>Total</b>			<b>2.938,08</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

Se obtuvo el valor del año1 para proyectar utilizando las tasas antes mencionadas, a continuación se muestra la proyección del costo del mantenimiento de la maquinaria.

**Cuadro 159 Proyección del costo del mantenimiento de la maquinaria**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sierra circular	442,08	456,72	471,85	487,48	503,62
Sierra de cinta	600,00	619,87	640,40	661,61	683,52
Aceite de motor	388,80	401,68	414,98	428,72	442,92
Carbones	576,00	595,08	614,79	635,15	656,18
Broca de 1/2	324,00	334,73	345,82	357,27	369,10
Broca de 1 1/2	223,20	230,59	238,23	246,12	254,27
Tinta del plotter	384,00	396,72	409,86	423,43	437,46
<b>Total</b>	<b>2.938,08</b>	<b>3.035,39</b>	<b>3.135,92</b>	<b>3.239,78</b>	<b>3.347,08</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

### 5.5.3.3 Servicios básicos de producción

Los servicios básicos se obtuvieron de la multiplicación de la cantidad utilizada por el precio unitario y se obtiene el valor del año 1.

**Cuadro 160 Costo del mantenimiento de la maquinaria**

DETALLE	CANTIDAD	P.U	TOTAL AÑO 1
Energía eléctrica	4800	0,12	576,00
Agua potable	1920	0,05	96,00
<b>Total</b>			<b>672,00</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

Del valor obtenido en el año 1 se realiza la proyección utilizando la tasa de inflación de precios y la tasa de mortalidad antes mencionadas.

**Cuadro 161 Proyección de los costos de servicios básicos del área de producción**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Energía eléctrica	576,00	595,08	614,79	635,15	656,18
Agua potable	96,00	99,18	102,46	105,86	109,36
<b>Total</b>	<b>672,00</b>	<b>694,26</b>	<b>717,25</b>	<b>741,01</b>	<b>765,55</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

### 5.5.3.4 Equipo de protección

El costo total del año1 se obtuvo de la multiplicación de la cantidad utilizada anual por el precio unitario.

**Cuadro 162 Costo del equipo de protección**

DETALLE	CANTIDAD	P.U	TOTAL AÑO 1
Gafas	10	4,00	40,00
Orejas	10	7,00	70,00
Mascarillas	60	1,80	108,00
<b>Total</b>			<b>218,00</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017



Se realiza la proyección del costo y de la cantidad del equipo de protección mediante la aplicación de las tasas de mortalidad y de inflación de precios.

**Cuadro 163 Proyección del costo del equipo de protección**

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gafas	40,00	41,32	42,69	44,11	45,57
Orejas	70,00	72,32	74,71	77,19	79,74
Mascarillas	108,00	111,58	115,27	119,09	123,03
<b>Total</b>	<b>218,00</b>	<b>225,22</b>	<b>232,68</b>	<b>240,39</b>	<b>248,35</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

### 5.5.3.5 Resumen de la proyección de costos de los CIF

**Cuadro 164 Resumen de la proyección de los CIF**

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia prima indirecta	15.121,61	15.700,55	16.301,66	16.925,78	17.573,79
Mantenimiento maquinaria	2.938,08	3.035,39	3.135,92	3.239,78	3.347,08
Servicios básicos	672,00	694,26	717,25	741,01	765,55
Equipo de protección	218,00	225,22	232,68	240,39	248,35
<b>TOTAL</b>	<b>18.949,69</b>	<b>19.655,42</b>	<b>20.387,51</b>	<b>21.146,96</b>	<b>21.934,77</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

### 5.4.2 Gastos administrativos

Estos gastos conforman la remuneración del gerente y administrador de la sala de velación, además se encuentran los servicios básicos, suministros de oficina y suministros de limpieza; a continuación se detalla cada uno de ellos.

### 5.6.1 Sueldos del personal administrativo

El personal administrativo conforma el gerente y el administrados, mismos que percibirán una remuneración según lo establece la tabla Sectorial.

**Cuadro 165 Rol de pagos anual del personal administrativo**

<b>CARGO O FUNCIÓN</b>	<b>SALARIO UNIFICADO</b>	<b>FONDO DE RESERVA</b>	<b>INGRESO ANUAL</b>	<b>APORTE PATR. ANUAL 12,15%</b>	<b>D.TERCERO</b>	<b>D.CUARTO</b>	<b>TOTAL AÑO 1</b>
Gerente	450,00	450,00	5.400,00	656,10	450,00	375,00	7.331,10
Administrador	380,00	380,00	4.560,00	554,04	380,00	375,00	6.249,04
<b>Total</b>	<b>830,00</b>	<b>830,00</b>	<b>9.960,00</b>	<b>1.210,14</b>	<b>830,00</b>	<b>750,00</b>	<b>13.580,14</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

Se determina la proyección de los sueldos administrativos aplicando la tasa de crecimiento promedio del salario básico unificado de los 6 últimos años que es el 5,64%.

**Cuadro 166 Proyección del sueldo del personal administrativo**

<b>CARGO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Gerente	7.331,10	7.744,57	8.181,36	8.642,79	9.130,24
Administrador	6.249,04	6.601,48	6.973,80	7.367,12	7.782,63
<b>Total</b>	<b>13.580,14</b>	<b>14.346,05</b>	<b>15.155,17</b>	<b>16.009,91</b>	<b>16.912,86</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

### 5.6.2 Servicios básicos del área administrativa

Los servicios básicos del área administrativa se obtuvieron de la multiplicación del valor mensual por doce meses.

**Cuadro 167 Costo de los servicios básicos administrativos**

<b>SERVICIO BÁSICO</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>TOTAL AÑO 1</b>
Energía eléctrica	12,00	144,00
Agua	6,00	72,00
Telefonía	10,00	120,00
Internet	22,00	264,00
<b>Total</b>	<b>50,00</b>	<b>600,00</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

La entidad debe contar con servicios básicos para realizar sus actividades en el área administrativa, mismos que se mencionaron en el estudio técnico en el cuadro N° 134,

se obtuvo la proyección al año 2 utilizando la tasa de inflación de precios; a continuación se detalla la proyección de cada uno.

**Cuadro 168 Proyección de los costos de servicios básicos administrativos**

SERVICIO BÁSICO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Energía eléctrica	144,00	148,77	153,70	158,79	164,05
Agua	72,00	74,38	76,85	79,39	82,02
Telefonía	120,00	123,97	128,08	132,32	136,70
Internet	264,00	272,74	281,78	291,11	300,75
<b>Total</b>	<b>600,00</b>	<b>619,87</b>	<b>640,40</b>	<b>661,61</b>	<b>683,52</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

### 5.6.3 Suministros de oficina

Son un elemento muy importante dentro de la empresa ya que permite el buen desempeño del personal administrativo; su costo fue establecido en el estudio técnico en el cuadro N° 135; por lo tanto se detalla la proyección de cada rubro.

**Cuadro 169 Proyección de los suministros de oficina**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Tinta para impresora	15,00	15,50	16,01	16,54	17,09
Cartuchos impresora	30,00	30,99	32,02	33,08	34,18
Archivador oficio negro	5,18	\$5,35	5,53	5,71	5,90
Resma de papel repropal 75gr. A4	42,00	43,39	44,83	46,31	47,85
Esfero BIC P/M Negro	13,80	14,26	14,73	15,22	15,72
Perforadora metálica bester	10,54	10,89	11,25	11,62	12,01
Grapadora carioca oficce	4,82	4,98	5,14	\$5,31	5,49
Caja de grapas BINBIN 5000 N° 26/6	11,76	12,15	12,55	12,97	13,40
Sello	5,00	5,17	5,34	5,51	5,70
Tinta para sello	14,40	14,88	15,37	15,88	16,40
<b>Total</b>	<b>152,50</b>	<b>157,55</b>	<b>162,77</b>	<b>168,16</b>	<b>173,73</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

### 5.6.4 Suministros de limpieza

Constituyen un elemento primordial para entidad porque permiten dar una buena imagen a la entidad; anteriormente se estableció en el estudio técnico en el cuadro N° 136, la cual permite realizar las siguientes proyecciones.

**Cuadro 170 Proyección de los suministros de limpieza**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Escoba	8,00	8,26	8,54	8,82	9,11
Trapeador	6,00	6,20	6,40	6,62	6,84
Basurero	12,00	12,40	12,81	13,23	13,67
Franela	24,00	24,79	25,62	26,46	27,34
Desinfectante en litros	36,00	37,19	38,42	39,70	41,01
Jabón líquido	18,00	18,60	19,21	19,85	20,51
Papel higiénico Ind.	57,60	59,51	61,48	63,51	65,62
<b>Total</b>	<b>161,60</b>	<b>166,95</b>	<b>172,48</b>	<b>178,19</b>	<b>184,10</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

### 5.6.5 Resumen de los gastos administrativos

A continuación se muestra el resumen de los gastos administrativos que incurrirá la microempresa al momento que inicie sus operaciones.

**Cuadro 171 Proyección de los gastos administrativos**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Personal administrativo	13.580,14	14.346,05	15.155,17	16.009,91	16.912,86
Servicios básicos	600,00	619,87	640,40	661,61	683,52
Suministros de oficina	152,50	157,55	162,77	168,16	173,73
Suministros de limpieza	161,60	166,95	172,48	178,19	184,10
<b>TOTAL</b>	<b>14.494,24</b>	<b>15.290,42</b>	<b>16.130,82</b>	<b>17.017,87</b>	<b>17.954,21</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

### 5.4.3 Gastos de ventas

Están conformados por aquellos rubros necesarios para el área de ventas al momento de iniciar las actividades de la entidad; así como la remuneración del personal, los suministros de ventas, gastos de publicidad y gastos de transporte.

### 5.7.1 Remuneración del personal de ventas

En el área de ventas estará a cargo una persona para la venta de los ataúdes y lápidas; por lo tanto la remuneración se establecerá en base a la tabla sectorial del IESS.

**Cuadro 172 Rol de pagos anual del personal de ventas**

CARGO	SALARIO UNIFICADO	FONDO DE RESERVA	INGRESO ANUAL	APORTE PATR. ANUAL 12,15%	D.TERCERO	D.CUARTO	TOTAL AÑO 1
Vendedor	382,69	382,69	4.592,28	557,96	382,69	375,00	6.290,62
<b>Total</b>	<b>382,69</b>	<b>382,69</b>	<b>4.592,28</b>	<b>557,96</b>	<b>382,69</b>	<b>375,00</b>	<b>6.290,62</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

A continuación se presenta la proyección del sueldo del vendedor que percibirá por concepto de remuneración en base a la tabla sectorial del IESS más los beneficios de ley que le corresponde. Para lo cual se utilizó la tasa promedio del salario básico unificado de los últimos 6 años que corresponde al 5,64%.

**Cuadro 173 Proyección del sueldo del personal de ventas**

CARGO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Vendedor	6.290,62	6.645,41	7.020,21	7.416,15	7.834,41
<b>Total</b>	<b>6.290,62</b>	<b>6.645,41</b>	<b>7.020,21</b>	<b>7.416,15</b>	<b>7.834,41</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

### 5.7.2 Suministros de ventas

Para realizar las transacciones de venta la microempresa necesitará de suministros mencionados anteriormente el estudio técnico en el cuadro N° 138, donde muestra la cantidad y precio unitario.

**Cuadro 174 Costo de los suministros de ventas**

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL AÑO 1
Facturero 50 unidades	1	12,00	12,00
Perforadora metálica bester	1	5,27	5,27
Grapadora carioca office	1	2,41	2,41
Carpetas folder	2	0,30	0,60
Cuaderno académico 100 hjs.	1	1,20	1,20
Sello	1	5,00	5,00
Tinta para sello	1	1,20	4,80
Catálogos	2	30,00	30,00
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>57,38</b>	<b>61,28</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

A continuación se detalla la proyección de cada uno, para lo cual se utilizó la tasa promedio de inflación de precios de los últimos 5 años que es el 3,31%.

**Cuadro 175 Proyección de los suministros de ventas**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Facturero 50 unidades	12,00	12,40	12,81	13,23	13,67
Perforadora metálica bester	5,27	5,44	5,62	5,81	6,00
Grapadora carioca office	2,41	2,49	2,57	2,66	2,75
Carpetas folder	0,60	0,62	0,64	0,66	0,68
Cuaderno académico 100 hjs.	1,20	1,24	1,28	1,32	1,37
Sello	5,00	5,17	5,34	5,51	5,70
Tinta para sello	4,80	4,96	5,12	5,29	5,47
Catálogos	30,00	30,99	32,02	33,08	34,18
<b>Total</b>	<b>61,28</b>	<b>63,31</b>	<b>65,41</b>	<b>67,57</b>	<b>69,81</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

### 5.7.3 Gastos de publicidad

Para que la microempresa se dé a conocer es necesario realizar publicidad, por medio de cuñas radiales en la radio “Caricia” y por medio de tarjetas de presentación que serán entregadas sobre todo a las funerarias de la provincia de Imbabura. Dichos gastos fueron establecidos en el estudio técnico en el cuadro N° 139 donde se especificó el costo mensual y anual.

A continuación se muestra la proyección de los gastos de publicidad; para lo cual se utiliza la tasa de inflación de precios antes mencionada.

**Cuadro 176 Proyección de los gastos de publicidad**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Anuncios publicitarios	240,00	247,95	256,16	264,64	273,41
Tarjetas de presentación	120,00	123,97	128,08	132,32	136,70
<b>Total</b>	<b>360,00</b>	<b>371,92</b>	<b>384,24</b>	<b>396,97</b>	<b>410,11</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

#### 5.7.4 Gastos de transporte

Este gasto es indispensable para que los productos lleguen hasta las funerarias de toda la provincia de Imbabura, para lo cual se estableció anteriormente en el estudio técnico, en el cuadro N° 140 el valor del flete mensual y anual. Es necesario esta información ya que en algunos años la microempresa podrá expandir su mercado a otras provincias.

Para la proyección de este gasto se utilizó la tasa de inflación de precios que es el 3,31%.

**Cuadro 177 Proyección de los gastos de transporte**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Flete</b>	960,00	991,80	1024,64	1058,58	1093,64
<b>Total</b>	<b>960,00</b>	<b>991,80</b>	<b>1024,64</b>	<b>1058,58</b>	<b>1093,64</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

#### 5.4.4 Gastos financieros

El proyecto será financiado mediante un crédito otorgado por el Banco Internacional por un valor de \$ 51.227,62 a una tasa de interés del 11,83% y 5 años plazo con cuotas semestrales. A continuación de muestra la tabla de amortización:

Tabla 9 *Amortización del crédito*

Nº DE CUOTA	CAPITAL	VALOR CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO TOTAL
1	51.227,62	6.877,89	2.945,44	3.932,45	47.295,16
2	47.295,16	6.877,89	2.719,33	4.158,56	43.136,61
3	43.136,61	6.877,89	2.480,23	4.397,66	38.738,94
4	38.738,94	6.877,89	2.227,37	4.650,52	34.088,43
5	34.088,43	6.877,89	1.959,98	4.917,91	29.170,52
6	29.170,52	6.877,89	1.677,22	5.200,67	23.969,85
7	23.969,85	6.877,89	1.378,20	5.499,70	18.470,15
8	18.470,15	6.877,89	1.061,98	5.815,91	12.654,24
9	12.654,24	6.877,89	727,58	6.150,31	6.503,93
10	6.503,93	6.877,89	373,96	6.503,93	0,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Autora

Año: 2017

### 5.5 Depreciación de activos fijos

La depreciación de un activo fijo implica el desgaste del bien y disminución del costo de este, por efecto del paso del tiempo o del uso.

A continuación se detalla los activos fijos que la entidad dispondrá:

Cuadro 178 **Activos fijos depreciables**

DESCRIPCIÓN	VALOR
Infraestructura	40.053,70
Maquinaria y equipo	5.351,15
Herramientas	1.511,00
Vehículo	12.000,00
Muebles y enseres	2.364,00
Equipo de cómputo	3.098,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Autora

Año: 2017

Para realizar las respectivas depreciaciones se muestra los siguientes datos:



**Cuadro 179 Activos fijos depreciables**

ACTIVOS FIJOS	VALOR ACTUAL	VALOR RESIDUAL (10%)	VIDA UTIL
Infraestructura	40.053,70	4.005,37	20
Maquinaria	5.351,15	535,12	10
Herramientas	1.511,00	151,10	10
Vehículo	12.000,00	1.200,00	5
Muebles y enseres	2.364,00	236,40	10
Equipo de cómputo	3.098,00	309,80	3
<b>REINVERSION</b>			
Equipo de cómputo	3.306,61	330,66	3

**Fuente:** Estados financieros

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

Se utilizara el método de línea recta para determinar la depreciación de los activos fijos según la fórmula siguiente:

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Valor Actual} - \text{Valor Residual}}{\text{Años de Vida Útil}}$$

### 5.9.1 Depreciación infraestructura

La depreciación de la infraestructura se realizará en veinte años según lo establecido en la Ley de Régimen Tributario Interno y para el año 5 se toma el valor de rescate; a continuación se muestra la tabla de depreciación de este activo fijo.

Tabla 10 *Depreciación del edificio*

VIDA UTIL	V.ACTUAL	DEPRECIACIÓN	DEP.ACUMULADA	SALDO
1	40.053,70	1.802,42	1.802,42	38.251,28
2	40.053,70	1.802,42	3.604,83	36.448,87
3	40.053,70	1.802,42	5.407,25	34.646,45
4	40.053,70	1.802,42	7.209,67	32.844,03
5	40.053,70	1.802,42	9.012,08	31.041,62
6	40.053,70	1.802,42	10.814,50	29.239,20
7	40.053,70	1.802,42	12.616,92	27.436,78
8	40.053,70	1.802,42	14.419,33	25.634,37
9	40.053,70	1.802,42	16.221,75	23.831,95
10	40.053,70	1.802,42	18.024,17	22.029,54
11	40.053,70	1.802,42	19.826,58	20.227,12
12	40.053,70	1.802,42	21.629,00	18.424,70
13	40.053,70	1.802,42	23.431,41	16.622,29
14	40.053,70	1.802,42	25.233,83	14.819,87
15	40.053,70	1.802,42	27.036,25	13.017,45
16	40.053,70	1.802,42	28.838,66	11.215,04
17	40.053,70	1.802,42	30.641,08	9.412,62
18	40.053,70	1.802,42	32.443,50	7.610,20
19	40.053,70	1.802,42	34.245,91	5.807,79
20	40.053,70	1.802,42	36.048,33	4.005,37

**Fuente:** Estudio Financiero**Elaborado por:** Autora**Año:** 2017

### 5.9.2 Depreciación maquinaria

Para la depreciación de la maquinaria los años de vida útil son diez para lo cual se realiza el respectivo cálculo del activo fijo:

Tabla 11 *Depreciación de la maquinaria*

VIDA UTIL	V.ACTUAL	DEPRECIACIÓN	DEP.ACUMULADA	SALDO
1	5.351,15	481,60	481,60	4.869,55
2	5.351,15	481,60	963,21	4.387,94
3	5.351,15	481,60	1.444,81	3.906,34
4	5.351,15	481,60	1.926,41	3.424,74
5	5.351,15	481,60	2.408,02	2.943,13
6	5.351,15	481,60	2.889,62	2.461,53
7	5.351,15	481,60	3.371,22	1.979,93
8	5.351,15	481,60	3.852,83	1.498,32
9	5.351,15	481,60	4.334,43	1.016,72
10	5.351,15	481,60	4.816,04	535,11

**Fuente:** Estudio Financiero**Elaborado por:** Autora**Año:** 2017

### 5.9.3 Depreciación herramientas

Según la Ley de Régimen Tributario Interno establece la vida útil para herramientas de diez años por lo tanto se utiliza dichos valores para realizar los respectivos cálculos.

Tabla 12 *Depreciación de la herramienta para instalación*

VIDA UTIL	V.ACTUAL	DEPRECIACIÓN	DEP.ACUMULADA	SALDO
1	1.511,00	135,99	135,99	1.375,01
2	1.511,00	135,99	271,98	1.239,02
3	1.511,00	135,99	407,97	1.103,03
4	1.511,00	135,99	543,96	967,04
5	1.511,00	135,99	679,95	831,05
6	1.511,00	135,99	815,94	695,06
7	1.511,00	135,99	951,93	559,07
8	1.511,00	135,99	1.087,92	423,08
9	1.511,00	135,99	1.223,91	287,09
10	1.511,00	135,99	1.359,90	151,10

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

### 5.9.4 Depreciación vehículo

Para determinar la depreciación del vehículo se estableció como vida útil cinco años según lo que establece la Ley antes mencionada, por lo cual se utiliza dichos valores para efectuar los cálculos.

Tabla 13 *Depreciación de la carroza*

VIDA UTIL	V.ACTUAL	DEPRECIACIÓN	DEP.ACUMULADA	SALDO
1	12.000,00	2.160,00	2.160,00	9.840,00
2	12.000,00	2.160,00	4.320,00	7.680,00
3	12.000,00	2.160,00	6.480,00	5.520,00
4	12.000,00	2.160,00	8.640,00	3.360,00
5	12.000,00	2.160,00	10.800,00	1.200,00

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

### 5.9.5 Depreciación muebles y enseres

La vida útil para muebles y enseres de la microempresa es de diez años según la Ley de Régimen Tributario Interno; para determinar el valor de rescate se determinó la utilización de este activo fijo tanto para el área de administración, producción y ventas.

Tabla 14 *Depreciación de muebles y enseres para la instalación*

VIDA UTIL	V.ACTUAL	DEPRECIACIÓN	DEP.ACUMULADA	SALDO
1	2.364,00	212,76	212,76	2.151,24
2	2.364,00	212,76	425,52	1.938,48
3	2.364,00	212,76	638,28	1.725,72
4	2.364,00	212,76	851,04	1.512,96
5	2.364,00	212,76	1.063,80	1.300,20
6	2.364,00	212,76	1.276,56	1.087,44
7	2.364,00	212,76	1.489,32	874,68
8	2.364,00	212,76	1.702,08	661,92
9	2.364,00	212,76	1.914,84	449,16
10	2.364,00	212,76	2.127,60	236,40

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

### 5.9.6 Depreciación equipo de cómputo

La vida útil de este activo fijo es de tres años según lo estipula la Ley antes mencionada, se determinó el valor de tanto para el área de producción como para administración, por lo tanto con dicha información se procede a realizar la respectiva tabla de depreciación.

Tabla 15 *Depreciación del equipo de computación*

VIDA UTIL	V.ACTUAL	DEPRECIACIÓN	DEP.ACUMULADA	SALDO
1	3.098,00	929,40	929,40	2.168,60
2	3.098,00	929,40	1.858,80	1.239,20
3	3.098,00	929,40	2.788,20	309,80

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

### 5.9.7 Depreciación de equipo de cómputo (Reinversión)

El equipo de cómputo dentro de tres años sufre un desgaste físico y monetario, por lo tanto en el año cuarto la microempresa tendrá que nuevamente adquirir nuevos equipos, por lo que se estableció la depreciación en base al índice de inflación de precios que es el 3,31%; a continuación de muestra las siguientes tablas.

Tabla 16 *Depreciación del equipo de computación reinversión año 4°*

VIDA UTIL	VALOR ACTUAL	DEPRECIACIÓN	DEP.ACUMULADA	SALDO
1	3.306,61	991,98	991,98	2.314,63
2	3.306,61	991,98	1.983,97	1.322,64
3	3.306,61	991,98	2.975,95	330,66

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

### 5.9.9 Resumen de depreciación de los activos fijos

A continuación se muestra la depreciación costo y gasto de los activos fijos que adquirirá la entidad.

**Cuadro 180 Resumen de depreciaciones**

PERIODO	DEP.COSTO	DEP.GASTO	DEP.TOTAL
Año 1	5.317,71	393,66	5.711,37
Año 2	5.317,71	393,66	5.711,37
Año 3	5.317,71	393,66	5.711,37
Año 4	5.356,48	417,48	5.773,95
Año 5	5.356,48	417,48	5.773,95
<b>Valor de rescate</b>			<b>28.682,02</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

### 5.6 Activos no depreciables

El equipo de oficina tiene una vida útil de diez años según lo establece la Ley antes mencionada, sin embargo el monto no es considerable para aplicar la depreciación.

**Cuadro 181 Activos no depreciables**

DETALLE	DETALLE	VALOR ACTUAL
<b>Terreno</b>		<b>20.000,00</b>
<b>Equipo de oficina</b>		<b>73,00</b>
<b>Herramientas:</b>		<b>675,75</b>
Soplete	26,32	
Cinzel	9,60	
Clavillo neumático	69,64	
Flexómetro	19,00	
Juego de pinces	2,99	
Equipo de maquillaje	45,00	
Juego de ollas	40,00	
Juego de vajillas	60,00	
Juego de vasos	30,00	
Charolas	12,00	
Cafetera	12,00	
Cocineta	95,00	
Cilindro de gas	60,00	
Cepillo de madera	79,80	
Martillo	34,00	
Espátula	5,00	
Escuadra	10,40	
Camilla	65,00	
<b>Total Activos no depreciables</b>		<b>20.748,75</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

### 5.7 Amortización de activos diferidos

Los gastos de constitución son activos diferidos ya que representan gastos que la empresa incurrirá antes de realizar sus operaciones, son muy importantes para que la empresa se ponga en marcha; los cuales se amortizan a 5 años y al 20% anual. Sin embargo como no requiere mayor inversión todo se carga al gasto.

**Cuadro 182 Amortización de activos diferidos (Gastos de constitución)**

DENOMINACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Patente municipal	75,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
Registro de la propiedad	120,00	24,00	24,00	24,00	24,00	24,00
Transporte e instalaciones de maquinaria y equipos	100,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Arquitecto y permisos de construcción	630,00	126,00	126,00	126,00	126,00	126,00
Permisos de funcionamiento	65,00	13,00	13,00	13,00	13,00	13,00
<b>TOTAL</b>	<b>990,00</b>	<b>198,00</b>	<b>198,00</b>	<b>198,00</b>	<b>198,00</b>	<b>198,00</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

## 5.8 Estado de Situación Financiera

Dentro de este Estado se presenta todos los valores con que inicia la entidad su actividad económica, es decir que representa toda la inversión con la que cuenta la microempresa. A continuación se detalla cada uno de ellos.

**Microempres “Produ Cofre”  
Estado de Situación Financiera  
Año 0**

<b>ACTIVOS</b>		
<b>Activos Corrientes</b>		<b>9.620,28</b>
Capital de trabajo		
<b>Activos no Corrientes</b>		<b>82.530,85</b>
Terreno	20.000,00	
Infraestructura	40.053,70	
Maquinaria y equipo	5.351,15	
Herramientas	1.511,00	
Vehículo	12.000,00	
Muebles y enseres	444,00	
Equipo de cómputo	3.098,00	
Equipo de oficina	73,00	
<b>Activos diferidos</b>		<b>990,00</b>
Gastos de constitución		
<b>Total Activos</b>		<b>93.141,13</b>
<b>PASIVOS</b>		
<b>No Corrientes</b>		
Cuentas por pagar largo plazo		51.227,62
<b>Total pasivo</b>		<b>51.227,62</b>
<b>PATRIMONIO</b>		
Capital social		27.942,34
Aportaciones		13.971,17
<b>Total patrimonio</b>		<b>41.913,51</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>		<b>93.141,13</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

## 5.9 Estado de Resultados

Mediante el Estado de Resultados la empresa puede reflejar todos los ingresos provenientes de ventas, los costos y gastos, además muestra el pago de impuestos e

intereses que la entidad tenga para luego al final determinar la ganancia o utilidad anual que generará al momento de iniciar sus operaciones.

### Cuadro 183 Estado de Resultados

Microempresa “Produ Cofre”					
Estado de Resultados					
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Netas	186.590,22	193.618,47	200.405,10	207.428,90	214.698,13
Costo de Producción	128.634,52	133.670,82	138.918,18	144.424,49	150.121,76
<b>Utilidad Bruta En Ventas</b>	<b>57.955,70</b>	<b>59.947,64</b>	<b>61.486,92</b>	<b>63.004,41</b>	<b>64.576,37</b>
Gastos de Administración	15.085,90	15.882,09	16.722,48	17.633,35	18.569,69
Gastos de Ventas	7.671,90	8.072,44	8.494,50	8.939,27	9.407,98
<b>Utilidad en Operaciones</b>	<b>35.197,89</b>	<b>35.993,11</b>	<b>36.269,94</b>	<b>36.431,79</b>	<b>36.598,70</b>
Gastos Financieros (Intereses)	5.664,77	4.707,60	3.637,20	2.440,17	1.101,54
<b>Utilidad Antes de Participación Trabajadores</b>	<b>29.533,12</b>	<b>31.285,51</b>	<b>32.632,74</b>	<b>33.991,61</b>	<b>35.497,16</b>
Participación Trabajadores 15%	4.429,97	4.692,83	4.894,91	5.098,74	5.324,57
<b>Utilidad Neta Antes de Impuesto a la Renta</b>	<b>25.103,16</b>	<b>26.592,69</b>	<b>27.737,83</b>	<b>28.892,87</b>	<b>30.172,59</b>
Impuesto a la Renta 25%	6.275,79	6.648,17	6.934,46	7.223,22	7.543,15
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>18.827,37</b>	<b>19.944,51</b>	<b>20.803,37</b>	<b>21.669,65</b>	<b>22.629,44</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

### 5.10 Estado de Flujo de Efectivo

El Estado de Flujo es aquel que indica todo el movimiento de efectivo que la empresa pueda generar al momento de que inicie sus actividades u operaciones económicas, además este permite manejar y controlar adecuadamente todos los recursos de la entidad.



**Cuadro 184 Estado de Flujo de Efectivo**

<b>Microempresa “Produ Cofre”</b>						
<b>Estado de Flujo de Efectivo</b>						
<b>CUENTAS</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Utilidad Neta		18.827,37	19.944,51	20.803,37	21.669,65	22.629,44
Depreciaciones		5.711,37	5.711,37	5.711,37	5.773,95	5.773,95
Amortizaciones	(990,00)	198,00	198,00	198,00	198,00	198,00
Inversiones(reinversión en activos fijos)	(93.141,13)				(3.306,61)	
Crédito	51.227,62					
Capital de trabajo	(9.620,28)					
Amortizaciones del préstamo		(8.091,01)	(9.048,18)	(10.118,58)	(11.315,61)	(12.654,24)
Valor de rescate (depreciaciones)						37.956,46
<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>	<b>(52.523,78)</b>	<b>16.645,72</b>	<b>16.805,71</b>	<b>16.594,16</b>	<b>13.019,39</b>	<b>53.903,61</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

### 5.11 Análisis Financiero

Dentro de este análisis se determina los indicadores más necesarios, mismos que permitan reflejar la rentabilidad del proyecto.

Para el estudio se establecen los siguientes indicadores:

- Valor actual neto (VAN)
- Tasa interna de retorno (TIR)
- Costo – Beneficio
- Costo de oportunidad
- Tasa de rendimiento medio (TRM)
- Periodo de recuperación de la inversión
- Punto de equilibrio

A continuación se evalúa y analiza cada indicador para determinar si el proyecto es factible o no.

### 5.11.1 Costo de oportunidad

Este indicador representa el beneficio económico que puede generar una inversión de dinero, a diferencia de la aportación en una institución financiera, mediante la inversión en el proyecto generará mayor beneficio.

Para efectuar el cálculo se toma en cuenta la tasa de interés que una institución financiera cancelaría por dicho depósito; para efectos del estudio la tasa pasiva es del 6,50% en relación con la tasa activa de interés que el Banco Internacional cobra por prestar un crédito para una microempresa es del 11,83%.

**Cuadro 185 Costo de oportunidad que genera el proyecto**

DETALLE	INVERSIÓN	%	TASA DE OPERACIÓN	PONDERACIÓN
Inversión propia	41.913,51	45%	5,31%	0,024
Inversión financiada	51.227,62	55%	11,83%	0,065
<b>Total</b>	<b>93.141,13</b>	<b>100%</b>	<b>17,14%</b>	<b>0,089</b>
<b>COSTO DE OPORTUNIDAD %</b>				<b>8,90%</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

El costo de oportunidad del proyecto es de 8,90% lo que quiere decir que la inversión generará 2,93 % más de lo que podría pagar una institución financiera por concepto de ahorro de un monto de dinero. Lo que podría generar tanto para el capital propio invertido y para los accionistas que decidan destinar su dinero en la inversión.

### 5.11.2 Tasa de rendimiento medio

La tasa de rendimiento es obtenida a través de la aplicación del resultado del costo beneficio y la tasa de inflación de precios.

$$\text{TRM} = (1 + \text{CK}) * (1 + \text{If}) - 1$$

**Donde:**

**CK** = Costo de oportunidad

**If** = Tasa de inflación

**Por lo que:**

$$\text{TRM} = (1 + \text{CK}) * (1 + \text{If}) - 1$$

$$\text{TRM} = (1 + 8,90\%) * (1 + 3,31\%) - 1$$

$$\text{TRM} = (1,089) * (1,0331) - 1$$

$$\text{TRM} = 12,50\%$$

En base a lo calculado la tasa de rendimiento medio es del 12,50%; lo que muestra que es superior en 0,67 % a la tasa del crédito del 11,83%; por lo tanto el proyecto es beneficioso porque tiene la capacidad de cumplir con las obligaciones con terceros.

### 5.11.3 Valor actual neto

Este indicador permite conocer si el proyecto es rentable, para lo cual se debe actualizar los flujos de caja mediante la utilización de la tasa de descuento del 12,50% y aplicar la siguiente fórmula:

$$VAN = -I + \sum \frac{FC}{(1+i)^n} +$$

**Donde:**

**I** = Inversión inicial

**FC** = Flujos de caja

**i** = Tasa de descuento

**n** = Número de flujos o períodos

Tabla 17 *Valor actual neto (VAN)*

AÑO	FLUJOS NETOS	FLUJOS ACTUALIZADOS 12,50%
0		(52.523,78)
1	16.645,72	16.624,94
2	16.805,71	16.763,77
3	16.594,16	16.532,09
4	13.019,39	12.954,50
5	53.903,61	53.567,97
<b>Total suma</b>	<b>116.968,60</b>	<b>116.443,28</b>
<b>VAN</b>		<b>63.919,49</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

El VAN del proyecto es \$ 63.919,49 valor mayor a cero por lo tanto es factible, ya que durante los 5 años no existen valores negativos y siempre y cuando las estimaciones no cambien de forma significativa en el tiempo.

#### 5.11.4 Tasa interna de retorno

El TIR es un indicador que permite determinar la tasa de rentabilidad del proyecto en los 5 años; para lo cual se relaciona entre la tasa superior e inferior con el fin de determinar el VAN positivo y negativo.

Tabla 18 *Tasa interna de retorno (TIR)*

AÑO	FLUJOS NETOS	(VAN POSITIVO) FLUJOS ACTUALIZADOS 12,50%	(VAN NEGATIVO) FLUJOS ACTUALIZADOS 36,39%
0		(52.523,78)	(52.523,78)
1	16.645,72	16.624,94	16.567,86
2	16.805,71	16.763,77	16.648,84
3	16.594,16	16.532,09	16.362,37
4	13.019,39	12.954,50	12.777,48
5	53.903,61	53.567,97	52.654,54
<b>TOTAL</b>	<b>79.012,14</b>	<b>63.919,49</b>	<b>115.011,08</b>
<b>VAN USD</b>		<b>63.919,49</b>	<b>62.487,30</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Autora

Año: 2017

$$\text{TIR} = \%VAN \text{ Positivo} + \left( \frac{VAN \text{ Positivo}}{VAN \text{ Positivo} + VAN \text{ Negativo}} \right) * \text{Diferencia de tasas}$$

$$\text{TIR} = 12,50\% + \left( \frac{63.919,49}{63.919,49 + 62.487,30} \right) * (34,50)$$

$$\text{TIR} = 23,68\%$$

Después de haber analizados los flujos de caja actualizados mediante la utilización de las tasas superior e inferior se puede concluir que el TIR del proyecto es el 23,68% índice que supera a la tasa de rendimiento medio del 12,50%; por lo tanto se considera que la ejecución del estudio es factible, siempre que se mantengan las condiciones del proyecto en los 5 años.

#### 5.11.5 Relación costo – beneficio

Este índice permite evaluar la forma en que retornan los ingresos en relación egresos; es decir que ayuda a conocer el valor recuperable por cada dólar invertido en el momento de que la empresa se ponga en marcha.

Para determinar el factor de descuento se tomó la tasa promedio de inflación de precios del 3,31% correspondiente a los últimos 5 años. A continuación se muestra la relación del costo beneficio:

Tabla 19 *Relación costo – beneficio del estudio*

AÑO	INGRESOS	FACTOR (I)	COSTOS	COSTOS ACTUALIZADOS	FLUJOS ACTUALIZADOS INGRESOS
0	(52.523,78)	1,00			52.523,78
1	186.590,22	0,97	157.057,09	152.022,12	180.608,47
2	193.618,47	0,94	162.332,95	152.091,57	181.403,32
3	200.405,10	0,91	167.772,36	152.148,65	181.742,49
4	207.428,90	0,88	173.437,29	152.243,72	182.081,66
5	214.698,13	0,85	179.200,96	152.260,24	182.420,82
<b>Total</b>				<b>760.766,31</b>	<b>908.256,76</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

$$\text{Costo beneficio} = \frac{\text{Total Ingresos Actualizados}}{\text{Total Costos Actualizados}}$$

$$\text{Costo beneficio} = \frac{908.256,76}{760.766,31}$$

$$\text{Costo beneficio} = 1,19$$

Para determinar la relación del costo–beneficio se obtiene de la división del total de ingresos actualizados para el total de costos actualizados, dando como resultado de 1, 19 lo que quiere decir que por cada dólar invertido se obtiene 0,19 centavos.

#### 5.11.6 Periodo de recuperación de la inversión

Este indicador financiero permite conocer en el tiempo que se recuperará la inversión del proyecto, para lo cual se suma los flujos actualizados hasta el periodo que cubra la inversión inicial.

Tabla 20 *Período de recuperación de la inversión*

AÑO	INVERSIÓN	FLUJOS ACTUALIZADOS	FLUJOS ACUMULADOS
	(93.141,13)		
1		16.645,72	
2		16.805,71	33.451,43
3		16.594,16	33.399,87
4		13.019,39	29.613,55
5		53.903,61	66.923,00

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

Se realiza el siguiente cálculo para obtener el periodo a recuperar de la inversión:

**Inversión Total – Flujo Act. de 4to. año**

$$93.141,13 - 63.064,98 = \mathbf{30.076,15}$$

**Flujo Act. 5to año/12 meses**

$$53.903,61/12 \text{ meses} = \mathbf{4.491,97}$$

$$30.076,15/4.491,97 = \mathbf{6,70 \text{ (6 meses)}}$$

$$30.076,15 - (4.491,97 * 6) = \mathbf{3.124,34}$$

$$3.124,34/365 = \mathbf{8,56 \text{ (9 días)}}$$

Para determinar el tiempo de recuperación se tomó el valor de la inversión menos el monto recuperable al año 4 y se obtuvo el valor a recuperar durante el mismo año, después con la cuantía del flujo del año 5 se dividió para 12 meses y se sacó el importe a recuperar por mes y finalmente se obtuvo el número de meses y días que se necesitará para recuperar la inversión. Por lo tanto se recupera la totalidad de la inversión del proyecto en 4 años, con 6 meses y 9 días.

### 5.11.7 Punto de equilibrio

La determinación del punto de equilibrio ayuda a determinar el nivel de ventas que debe realizar la microempresa para generar un nivel donde no se pierda ni se gane.

- Cálculo del punto de equilibrio en dólares:

$$\text{PE USD} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \left( \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}} \right)}$$

$$\text{PE USD} = \frac{5.317,71}{1 - \left( \frac{123.316,81}{186.590,22} \right)}$$

$$\text{PE USD} = \frac{5.317,71}{0,34}$$

$$\text{PE USD} = \$ 15.681,67$$

- Cálculo del punto de equilibrio en unidades:

$$\text{PE Unidades} = \frac{\text{PE USD}}{\text{Precio de Venta}}$$

Para establecer el punto de equilibrio en unidades se estableció en base a la capacidad a instalar y por el PE en dólares anteriormente determinado.



**Cuadro 186 Cantidad de productos para el punto de equilibrio**

DESCRIPCIÓN		CANTIDAD	% DE PE	VALOR PE \$
<b>ATAÚDES</b>				
<b>Metal</b>	Recto	111	13,80%	2.164,77
	Redondo	71	8,78%	1.377,58
	Sardina	25	3,14%	491,99
<b>Madera</b>	Recto	141	17,57%	2.755,16
	Redondo	91	11,29%	1.771,17
	Sardina	30	3,76%	590,39
	Tallados	36	4,48%	702,85
	Exclusivos	36	4,48%	702,85
<b>SERVICIOS FUNERARIOS</b>				
Alquiler de veladoras		24	3,00%	470,71
Alquiler sala de velación		32	4,02%	630,03
Servicio de traslado		19	2,36%	369,33
Servicio completo		61	7,62%	1.194,89
<b>LÁPIDAS</b>				
Mármol		60	7,42%	1.164,15
Granito		13	1,68%	263,32
Porcelanato		33	4,11%	644,44
Vidrio		20	2,47%	388,05
<b>TOTAL</b>		<b>803</b>	<b>100%</b>	<b>15.681,67</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

El punto de equilibrio en unidades se obtuvo de la aplicación de la fórmula que es el punto PE en dólares dividido para cada precio unitario y se obtiene la cantidad unidades que la entidad debe producir para no generar ni ganancia ni pérdida.

A continuación se muestra el cálculo del PE en unidades:

**Cuadro 187 Punto de equilibrio en unidades**

FÓRMULA	PRECIO UNIT.	PE UNIDADES
$\text{PE Unidades} = \frac{15.681,67}{\text{Precio de Venta}}$	<b>Ataúdes</b>	
	98,56	22
	114,16	12
	196,29	3
	263,44	10
	366,75	5
	237,61	2
	490,72	1
	573,37	1
	<b>Total</b>	<b>57</b>
	<b>Servicios funerarios</b>	
	69,91	7
	186,78	3
	59,23	6
	458,94	3
	<b>Total</b>	<b>19</b>
	<b>Lápidas</b>	
	100,86	12
	400,24	1
	133,41	5
	96,06	4
	<b>Total</b>	<b>21</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>97</b>

**Fuente:** Estudio Financiero**Elaborado por:** Autora**Año:** 2017**5.12 Resumen de los indicadores financieros**

A continuación se muestra el análisis de los indicadores financieros:

**Cuadro 188 Cuadro resumen para el análisis financiero**

DETALLE	VALOR
Valor Actual Neto	\$ 63.919,49
Costo de Oportunidad	8,90%
Tasa de Rendimiento Medio	12,50%
Tasa Interna de Retorno	23,68%
Relación Costo - Beneficio	1,19
Período de Recuperación	4 años, 6 meses y 9 días
Punto de Equilibrio en dólares	\$ 15.681,67
Punto de equilibrio en unidades	57 ataúdes, 19 servicios funerarios y 21 lápidas

**Fuente:** Estudio Financiero**Elaborado por:** Autora**Año:** 2017

En la tabla resumen muestra el detalle de los indicadores financieros, que en el cual se puede observar el costo de oportunidad del proyecto es del 8,90% , mismo que supera a la tasa de interés que generaría si se colocara el monto de dinero en una institución financiera; la tasa de rendimiento medio el 12,50% es menor a la tasa interna de retorno 23,68%, dato que permite determinar la viabilidad del proyecto al momento de su puesta en marcha; el valor actual neto muestra un desembolso de \$ 63.919,49. El costo beneficio es de 1,19 es decir que por cada dólar invertido en el proyecto se obtendrá 0,19 centavos; además la inversión total se estima ser recuperada en 4 años, 6 meses y 9 días y para que la microempresa en el desarrollo de sus operaciones tenga un punto de equilibrio deberá generar \$ 15.681,67 dólares para cubrir sus costos y gastos y deberá realizar 57 ataúdes, 19 lápidas y prestar 21 servicios funerarios; por lo tanto se puede concluir que el proyecto es factible.

## **CAPITULO VI**

### **6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

La estructura organizacional representa a la forma en que se agrupan y coordinan las actividades de la entidad en relación con los niveles directivo, administrativo y operativo de la empresa.

La empresa debe contar con una razón social que permita que la identifique sobre todo cuando ésta es nueva en el mercado, además es necesario para la conformación como microempresa cumplir con todos los requisitos legales.

Dentro de la organización deberá tener distribuidas sus áreas en base a los niveles jerárquicos con personal para cada área, además deberá crear objetivos, metas, principios y valores que lleven a la empresa al éxito.

#### **6.1 Aspecto estratégico**

##### **6.1.1 Objetivo**

Presentar una propuesta de estructura administrativa para la constitución de la empresa por medio de un organigrama con el fin de garantizar el buen funcionamiento de la organización, además identificar cual será la misión, visión, y las políticas que permitirán el desarrollo óptimo del estudio.

##### **6.1.2 Nombre o razón social de la microempresa**

La microempresa será denominada con el nombre de “PRODU COFRE”, nombre que identifica a la actividad principal de la entidad que es la producción de ataúdes; mismo que ha sido designado por la autora del estudio de factibilidad.

### 6.1.3 Logotipo empresarial

El logo de la entidad está diseñado con el color negro y morado, ya que representa el luto en de los familiares de las personas fallecidas.

La imagen del logo que representa a la entidad, que es un cofre y un ángel; los cuales proyectan los productos y servicios que brindará la microempresa.



*Ilustración 45 Logotipo empresarial*

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

### 6.1.4 Eslogan de la microempresa

El eslogan representa a las actividades que se dedicará la entidad, además permite identificar el mensaje que se desea transmitir a los posibles clientes.

***“En los Momentos Difíciles lo Hacemos por Usted”***

### 6.1.5 Filosofía empresarial

#### 6.1.5.1 Misión

“Produ Cofre” Cía Ltda es una microempresa productora y comercializadora de ataúdes y lápidas, que ofrece servicios exequiales completos acorde a las necesidades de las familias que han perdido un ser querido.

### 6.1.5.2 Visión

En los próximos 5 años “Produ Cofre” se proyecta ser el principal proveedor de ataúdes de la provincia de Imbabura y ofrecer los mejores servicios exequiales con el fin de satisfacer las necesidades del mercado.

### 6.1.5.3 Objetivos estratégicos

- Producir ataúdes y lápidas de calidad.
- Asegurar que los servicios exequiales cumplan con las expectativas de los clientes.
- Mantener a todo el personal motivado y con un buen ánimo de servicio.
- Capacitar constantemente al personal para que los productos sean innovadores.
- Obtener rentabilidad para que la microempresa pueda crecer.

### 6.1.5.4 Valores y principios

La microempresa contará con valores y principios que ayuden al desempeño del personal con el fin de que exista un adecuado ambiente organizacional.

#### Valores Estratégicos:

- **Puntualidad.-** Los productos serán entregados al cliente en la fecha establecida y en base a lo estipulado en el contrato, además el personal de trabajo ingresará a sus actividades laborales según el horario establecido, que es de 8:00 horas a 17:00 horas, con un receso para el almuerzo.
- **Honestidad.-** La entidad deberá realizar los productos sin problemas que afecten a la cantidad y calidad de los mismos, además el personal de trabajo deberá cuidar de la existencia de los bienes y materia prima.

- **Cumplimiento.-** La microempresa y el personal son responsables de cumplir con las normas establecidas en la organización y las leyes establecidas por el estado.
- **Responsabilidad.-** Todo el personal de la empresa será responsable de cada actividad asignada y hechos que desempeñe.
- **Cortesía.-** Se tendrá un buen trato entre compañeros de trabajo y sobre todo con los clientes y proveedores para guardar un buen ambiente.

#### **Principios:**

- **Trabajo en equipo.-** Es fundamental que exista compañerismo para que la entidad pueda desarrollar mejor sus actividades.
- **Eficiencia.-** Permite el buen desarrollo de las actividades en las distintas áreas de trabajo con el fin de cumplir los objetivos propuestos.
- **Compromiso.-** El cumplimiento de las actividades de todo el personal de la empresa de la mejor manera y en el tiempo establecido.
- **Calidad.-** La microempresa no afectará los productos ni hará estimaciones en cuanto al terminado del producto.

#### **6.1.5.5 Políticas empresariales**

##### ➤ **Políticas con respecto a clientes:**

Para entregar los productos sean entregados en las instalaciones de las funerarias deberán depositar o cancelar al menos el 50% del valor total de la compra y la diferencia se deberá cancelar dentro de los 15 días.

En cuanto a los clientes finales se les otorgará un descuento del 5 % si adquieren el producto al contado y no podrán retirar el producto si no ha cancelado su totalidad.

En cuanto a la prestación de los servicios funerarios el cliente al momento que firma el contrato deberá cancelar el 50% del costo total y cuando se finaliza el servicio su diferencia.

De igual manera para los clientes que desean adquirir las lápidas deberán cancelar el 50% del costo de la misma y su diferencia al momento de la entrega, caso contrario no podrá retirar el producto.

➤ **Políticas con los proveedores:**

Los proveedores tienen que entregar la materia prima completa y en perfectas condiciones, ya que implicaría devoluciones de las mismas y por ende pérdida de tiempo y recursos.

Todos los proveedores entregarán la factura con el respectivo detalle y sin alteraciones o imperfecciones físicas y de contenido, ya que es un documento necesario para llevar una adecuada contabilidad.

➤ **Políticas para la entidad:**

La entidad tiene la obligación de entregar a sus accionistas el respectivo porcentaje de utilidad en base al aporte que este tenga dentro de la misma.

La microempresa deberá cancelar el sueldo a todos sus trabajadores a fin de mes con el salario establecido en el contrato de trabajo con los respectivos beneficios de ley y menos el aporte personal al IESS y demás deducciones.

Con respecto a proveedores la entidad tiene que cancelar a todos en el tiempo establecido y el total de la deuda.



Para que la entidad pueda realizar sus operaciones tendrá que pagar todos los impuestos y tasas así como al SRI, municipio y otros.

➤ **Políticas para el personal:**

La jornada de trabajo para todo el personal que labore dentro de la entidad tiene que cumplir con el horario establecido en el contrato de manera puntual caso contrario se adjuntará en su carpeta un memorándum y se notificará al MRL. Cada trabajador laborará las horas y días establecidos en el contrato.

Los operarios del área de producción deberán utilizar el equipo de protección y cuidar de estos, caso contrario se descontará del sueldo que percibe cada uno.

El personal encargado de la sala de velación estará a cargo del cuidado y mantenimiento de las instalaciones.

Los trabajadores contarán con su remuneración o sueldo y con todos los beneficios de ley según lo establecido en el respectivo contrato.

Al lugar de trabajo el personal no deberá llegar en estado efíco o portando armas o algún objeto que pueda ocasionar algún accidente.

## **6.2 Estructura administrativa**

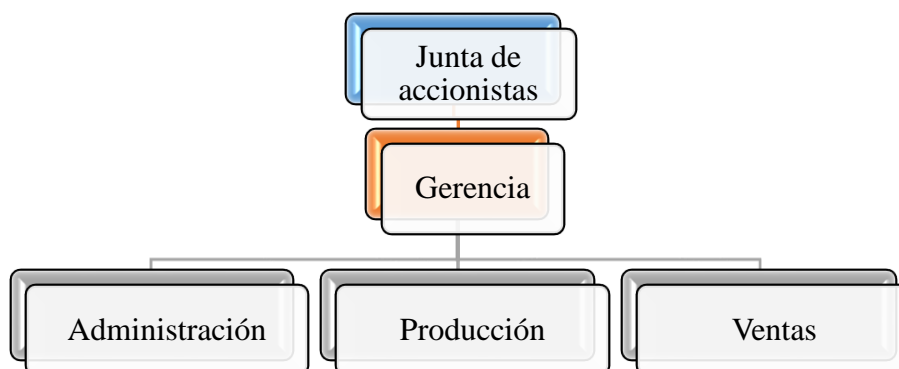
### **6.2.1 Organigrama estructural**

El organigrama estructural comprende los departamentos en niveles jerárquicos que facilita a la entidad distribuir adecuadamente cada área.

Para la compañía “Produ Cofre” se implantará una estructura administrativa que permita la buena distribución de las áreas de trabajo.

Se va a dividir cada área en base a la ingeniería del proyecto, es decir que la entidad contara con el área de gerencia, administración, producción y ventas.

### ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



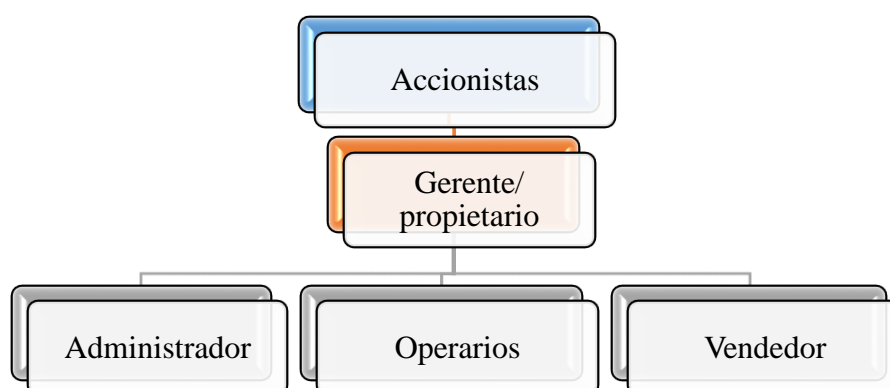
*Gráfico 41 Organigrama estructural*

**Elaborado por:** Autora  
**Año:** 2017

### 6.2.2 Organigrama funcional

En el organigrama funcional se describe las funciones de cada puesto.

### ORGANIGRAMA FUNCIONAL



*Gráfico 42 Organigrama Funcional*

**Elaborado por:** Autora  
**Año:** 2017

### 6.3 Niveles administrativos



*Gráfico 43 Niveles Administrativos*

**Elaborado por:** Autora  
**Año:** 2017

#### 6.3.1 Descripción de funciones

##### 6.3.1.1 Nivel directivo

###### **Gerente:**

Es la persona responsable de que la microempresa prospere en los aspectos administrativos, productivos y financieros, además se encargará de que la entidad tenga un buen posicionamiento en el mercado y de llevar la contabilidad.

##### 6.3.1.2 Nivel administrativo

###### **Administrador:**

Es la persona encargada de la administración de las salas de velación y quien estará a cargo las actividades del área de producción, mismo que reportará al gerente todas las diligencias a realizar dentro y fuera de la empresa, además es quien estará a cargo de la adquisición de materiales e insumos necesarios para la producción.

### **6.3.1.3 Nivel operativo**

#### **Operarios:**

Dentro de este nivel se encuentran los dos trabajadores que producción, sin embargo se delegará a un responsable que reporte al gerente y administrador todas las actividades dentro de su área.

También se encuentra un operario que realizará las lápidas, mismo que informará al gerente, administrador y vendedor sobre sus actividades.

#### **Vendedor:**


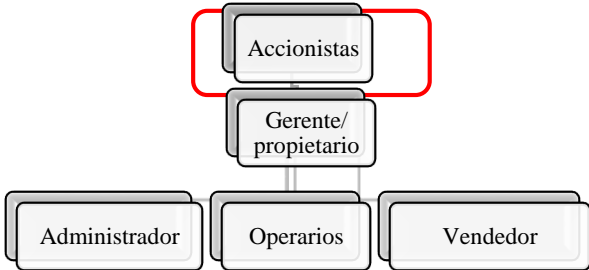
Es la persona encargada del local de ventas y de la atención al cliente; además estará a cargo de la información de los pedidos de las lápidas, deberá llevar un registro de la entrada y salida de los productos y deberá reportar al gerente, administrador y a los operarios.

### **6.4 Manual de Funciones y competencias del personal**

A continuación se describe los perfiles, funciones y requisitos de todo el personal de la microempresa.

El gerente general será el encargado de elegir el personal adecuado en base a los requerimientos del manual de funciones.

### 6.4.1 Junta general de accionistas

	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>
<b>CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO</b>	
<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>UBICACIÓN</b>
Junta General de Accionistas	Ibarra
<b>AMBIENTE</b>	<b>ÁREA DE GESTIÓN</b>
Externo	Directivo
<b>NIVEL</b>	
<b>REMITE A:</b>	-
<b>CONTROLA A:</b>	Gerente
<b>ORGANIGRAMA FUNCIONAL</b>	
	
<b>TAREA</b>	
Tomar decisiones en “Produ Cofre” que permitan el buen desarrollo de la microempresa.	
<b>PRINCIPALES ACTIVIDADES</b>	
✓ Convocar a asamblea general de socios.	
✓ Evaluar la gestión del gerente mediante la presentación de informes.	
✓ Elaborar los estatutos, reglamentos internos y reformas.	
✓ Establecer el modelo de puesto para el personal.	
✓ Designar y remover al gerente y permitir atribuciones o cambios en la entidad.	
<b>AUTORIDAD</b>	
Tiene la facultad de realizar cambios y tomar decisiones siempre y cuando estas sean favorables para la microempresa.	
<b>INFORMES</b>	
Los informes serán conservados para conocer las decisiones y acciones tomadas.	
<b>PERFIL</b>	
<b>EDUCACIÓN:</b>	-
<b>COMPETENCIAS:</b>	-
<b>EXPERIENCIA:</b>	-
<b>EDAD:</b>	Mayor de 18 años.
<b>DISPONIBILIDAD:</b>	-

*Gráfico 44 MF. Junta general de accionistas*

**Elaborado por:** Autora  
**Año:** 2017

## 6.4.2 Gerente

	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>
<b>CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO</b>	
<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>UBICACIÓN DEL PUESTO</b>
Gerente	Ibarra- Instalación de la empresa
<b>AMBIENTE</b>	<b>ÁREA DE GESTIÓN</b>
Oficina	Directivo
<b>NIVEL</b>	
<b>REMITE A:</b>	Junta de accionistas
<b>SUPERVISA A:</b>	Personal
<b>ORGANIGRAMA FUNCIONAL</b>	
 <pre> graph TD     A[Accionistas] --&gt; B[Gerente/propietario]     B --&gt; C[Administrador]     B --&gt; D[Operarios]     B --&gt; E[Vendedor]   </pre>	
<b>TAREA DEL PUESTO</b>	
Tomar decisiones que permitan el buen desarrollo de la microempresa “Produ Cofre”	
<b>PRINCIPALES ACTIVIDADES</b>	
✓ Ser el representante legal de la microempresa “Produ Cofre” frente organismos de control, entidades públicas y privadas.	
✓ Firmar los contratos con las funerarias.	
✓ Llevar la contabilidad de la empresa.	
✓ Planificar las actividades para cada área de trabajo.	
✓ Monitorear las funciones de las áreas de trabajo.	
✓ Velar por el cumplimiento de los objetivos y metas.	
✓ Realizar reuniones con los trabajadores para resolver problemas.	
✓ Realizar asesorías legales sobre los servicios funerarios.	
<b>AUTORIDAD</b>	
Tiene la facultad de delegar funciones y realizar cambios en las operaciones de la entidad.	
<b>INFORMES</b>	
Los informes y notificaciones serán archivados para accionar responsables sobre la toma de decisiones.	
<b>PERFIL</b>	
<b>EDUCACIÓN:</b>	✓ Título de tercer nivel en administración o afines a este.
<b>COMPETENCIAS:</b>	✓ Ser objetivo e imparcial. ✓ Actitud de líder. ✓ Capacidad de toma de decisiones. ✓ Alto sentido de responsabilidad. ✓ Buen nivel de comunicación.
<b>EXPERIENCIA:</b>	✓ 2 años en cargos similares.
<b>EDAD:</b>	✓ No mayor a los 50 años.
<b>JORNADA :</b>	✓ 8 horas.

Gráfico 45MF.Gerente

**Elaborado por:** Autora  
**Año:** 2017

### 6.4.3 Administrador


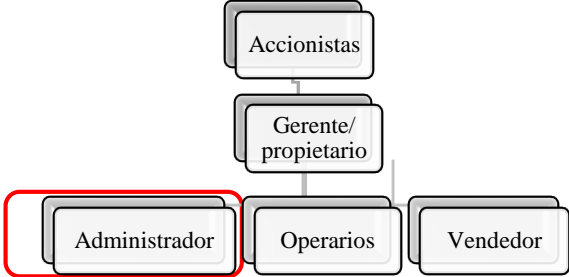
	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>CARACTERIZACIÓN DEL PUESTO</b>		
<b>DENOMINACIÓN DEL PUESTO</b>	<b>UBICACIÓN DEL PUESTO</b>	
Administrador	Ibarra- Instalación de la empresa	
<b>AMBIENTE DEL TRABAJO</b>	<b>ÁREA DE GESTIÓN DE TRABAJO</b>	
Oficina	Administrativo	
<b>NIVEL DE PUESTO</b>		
<b>INFORMA A:</b>	Gerente	
<b>REMITE A:</b>	Personal de la entidad	
<b>ORGANIGRAMA FUNCIONAL</b>		
		
<b>TAREA DEL PUESTO</b>		
Efectuar los contratos de los servicios funerarios de la microempresa "Produ Cofre"		
<b>PRINCIPALES ACTIVIDADES</b>		
✓ Firmar los contratos de los servicios exequiales.		
✓ Responsable del cobro de los servicios brindados.		
✓ Mantenimiento y cuidado de las salas de velación.		
✓ Informar sobre las actividades de realizadas en las áreas de trabajo.		
✓ Encargado de la adquisición de materiales e insumos.		
✓ Emitir informes sobre las actividades operativas de la empresa		
✓ Supervisar las actividades de los trabajadores.		
<b>AUTORIDAD</b>		
Tiene la facultad de delegar controlar las operaciones y actividades que realizan los trabajadores.		
<b>INFORMES</b>		
Emitirá informes semanales de todas las actividades operacionales y estas deberán ser archivadas.		
<b>PERFIL</b>		
<b>EDUCACIÓN:</b>	✓ Título de segundo nivel.	
	✓ Licencia profesional de conducir.	
<b>COMPETENCIAS:</b>	✓ Actitud de líder.	
	✓ Capacidad de toma de decisiones.	
	✓ Responsable del proceso de atención al cliente.	
	✓ Buen nivel de comunicación.	
<b>EXPERIENCIA:</b>	✓ 2 años de experiencia en conducción y atención en salas de velación.	
<b>EDAD:</b>	✓ Desde los 18 a 50 años.	
<b>JORNADA:</b>	✓ 8 horas	

Gráfico 46 MF. Administrador

Elaborado por: Autora

Año: 2017

#### 6.4.4 Operario de ataúdes

	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>CARACTERIZACIÓN DEL PUESTO</b>		
<b>DENOMINACIÓN DEL PUESTO</b>	<b>UBICACIÓN DEL PUESTO</b>	
Operario de ataúdes	Ibarra- Instalación de la empresa	
<b>AMBIENTE DEL TRABAJO</b>	<b>ÁREA DE GESTIÓN DE TRABAJO</b>	
Taller	Producción	
<b>NIVEL DE PUESTO</b>		
<b>INFORMA A:</b>	Gerente, administrador y vendedor	
<b>SUPERVISA A:</b>	-	
<b>ORGANIGRAMA FUNCIONAL</b>		
		
<b>TAREA DEL PUESTO</b>		
Fabricación de los ataúdes de madera y de metal.		
<b>PRINCIPALES ACTIVIDADES</b>		
✓ Fabricación de ataúdes.		
✓ Responsable del mantenimiento y cuidado de la maquinaria y herramientas.		
✓ Informar sobre los procesos productivos.		
<b>AUTORIDAD</b>		
Si es delegado como encargado del área de producción tiene la facultad de direccionar al equipo de trabajo.		
<b>INFORMES</b>		
Emitirá informes semanales de todas las actividades operacionales y estas deberán ser archivadas.		
<b>PERFIL</b>		
<b>EDUCACIÓN:</b>	✓ Título de primer nivel.	
<b>COMPETENCIAS:</b>	✓ Trabajo bajo presión. ✓ Compromiso con la entidad. ✓ Responsable de las actividades que desempeña. ✓ Trabajo en equipo.	
<b>EXPERIENCIA:</b>	✓ 3 años en fabricación de ataúdes o similares. ✓ Conocimiento el tallados de madera. ✓ Conocimiento sobre terminados en metal.	
<b>EDAD:</b>	✓ De 18 años hasta 45.	
<b>DISPONIBILIDAD:</b>	✓ Tiempo completo.	

Gráfico 47 MF. Operario de ataúdes

Elaborado por: Autora  
Año: 2017



### 6.4.5 Operario de lápidas

	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>CARACTERIZACIÓN DEL PUESTO</b>		
<b>DENOMINACIÓN DEL PUESTO</b>	<b>UBICACIÓN DEL PUESTO</b>	
Operario de lápidas	Ibarra- Instalación de la empresa	
<b>AMBIENTE DEL TRABAJO</b>	<b>ÁREA DE GESTIÓN DE TRABAJO</b>	
Taller	Producción	
<b>NIVEL DE PUESTO</b>		
<b>INFORMA A:</b>	Gerente, administrador y vendedor	
<b>SUPERVISA A:</b>	No aplica	
<b>ORGANIGRAMA FUNCIONAL</b>		
 <pre> graph TD     A[Accionistas] --&gt; B[Gerente/ propietario]     B --&gt; C[Administrador]     B --&gt; D[Operarios]     B --&gt; E[Vendedor]     style D stroke:#f00,stroke-width:2px           </pre>		
<b>TAREA DEL PUESTO</b>		
Fabricación de lápidas en mármol, granito, porcelanato y vidrio.		
<b>PRINCIPALES ACTIVIDADES</b>		
✓ Elaboración de lápidas.		
✓ Responsable del mantenimiento y cuidado de la maquinaria y herramientas.		
✓ Informar sobre los procesos productivos.		
<b>AUTORIDAD</b>		
No tiene facultad de delegar solo de informar.		
<b>INFORMES</b>		
Emitirá informes semanales de todas las actividades operacionales y estas deberán ser archivadas, además informará sobre los productos al vendedor.		
<b>PERFIL</b>		
<b>EDUCACIÓN:</b>	✓ Título de primer nivel.	
<b>COMPETENCIAS:</b>	✓ Trabajo bajo presión. ✓ Compromiso con la entidad. ✓ Responsable de las actividades que desempeña. ✓ Trabajo en equipo. ✓ Alto nivel de cumplimiento.	
<b>EXPERIENCIA:</b>	✓ 3 años en fabricación de lápidas. ✓ Conocimiento el tallados y cincelado. ✓ Conocimiento en diseño y dibujo.	
<b>EDAD:</b>	✓ De 18 años hasta 45.	
<b>DISPONIBILIDAD:</b>	✓ Tiempo completo.	

Gráfico 48 MF. Operario de lápidas

Elaborado por: Autora  
Año: 2017

## 6.4.6 Vendedor



	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>
<b>CARACTERISTICAS</b>	
<b>DENOMINACIÓN DEL PUESTO</b>	<b>UBICACIÓN DEL AREA DE TRABAJO</b>
Vendedor	Ibarra- Instalación de la empresa
<b>AMBIENTE</b>	<b>ÁREA DE GESTIÓN</b>
Local de ventas	Atención al cliente
<b>NIVEL</b>	
<b>REMITE A:</b>	Gerente, administrador y vendedor
<b>INFORMA A:</b>	-
<b>ORGANIGRAMA FUNCIONAL</b>	
	
<b>TAREA DEL PUESTO</b>	
Brindar una excelente atención al cliente y dar toda la información sobre los productos.	
<b>PRINCIPALES ACTIVIDADES</b>	
✓ Atención cordial al cliente.	
✓ Brindar información detallada de los productos.	
✓ Facilitar los catálogos e indicar los precios según el material.	
✓ Realizar la proforma de los precios de los productos.	
<b>AUTORIDAD</b>	
No tiene facultad de delegar solo de informar.	
<b>INFORMES</b>	
Emitirá informes semanales de todas las ventas realizadas.	
<b>PERFIL</b>	
<b>EDUCACIÓN:</b>	✓ Título de primer nivel.
<b>COMPETENCIAS:</b>	✓ Trabajo bajo presión.
<b>EXPERIENCIA:</b>	✓ Compromiso con la entidad.
<b>EDAD:</b>	✓ Responsable de las actividades que desempeña.
<b>DISPONIBILIDAD:</b>	✓ 3 años en atención al público.
<b>DISPONIBILIDAD:</b>	✓ De 18 años hasta 40.
<b>DISPONIBILIDAD:</b>	✓ Tiempo completo.

Gráfico 49 MF. Vendedor

Elaborado por: Autora

Año: 2017

## **6.5 Aspecto legal**

### **6.5.1 Base legal**

La compañía de fabricación de ataúdes y lápidas será constituida en base a las normas legales vigentes como Compañía de Sociedad Limitada y supervisada por la Superintendencia de Compañías, a continuación se menciona las características de dicha compañía:

- Se constituye entre dos o más personas, sin embargo el número de socios no puede superar los quince.
- El capital lo conforma por las aportaciones de los socios.
- Los socios responden por las obligaciones sociales y del monto aportado.
- Al constituirse la compañía el capital suscrito generara por lo menos el 50% de la participación.
- Cada socio tendrá un certificado de aportación en el que se menciona el carácter de no negociable detalla el número de participaciones que le corresponde.
- Para realizar la transferencia de las participaciones es necesario el consentimiento de los socios y se realizará mediante escritura pública.
- Cada participación que tenga el socio le da derecho al voto.

#### **6.5.1.1 Figura jurídica**

La entidad “PRODU COFRE CÍA LTDA” está constituida como compañía de responsabilidad limitada.

La inversión se conforma por el capital propio el 30%, por medio de financiamiento de la institución financiera Banco Internacional constituye el 55% y el 15% mediante aportaciones de socios.

#### **6.5.1.2 Domicilio**

Estará ubicada en el parque Ciudad Blanca en la avenida Camilo Ponce Enríquez y periférico sur.

#### **6.5.1.3 Nombre comercial**

El nombre establecido es “Produ Cofre”.

#### **6.5.1.4 Objetivo**

La microempresa “Produ Cofre” se dedicará a la fabricación de ataúdes, lápidas y además brindará servicios exequiales en la ciudad de Ibarra.

#### **6.5.1.5 Requisitos para el funcionamiento**

##### **Requisitos para su formación:**

- Solicitar la aprobación del nombre o razón social de la microempresa.
- Realizar la apertura de una cuenta para que los socios efectúen los aportes de capital.
- Realizar la constitución de la empresa mediante escritura pública en una notaría en caso de que las aportaciones de los socios sean en especies.
- Publicación de una sola vez del extracto de la escritura conferido por la Superintendencia en uno de los periódicos de mayor circulación.

- Inscripción de la escritura constitutiva con la resolución de la Superintendencia en el registro mercantil.
- Para el funcionamiento de la microempresa es necesario la obtención de RUC otorgado por el SRI.

**Requisitos legales de funcionamiento:**

**Registro único de contribuyentes:**

- Formulario 101 firmado por el representante legal.
- Original y copia de la escritura pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil.
- Original y copia de los documentos que otorga la Superintendencia de Compañías.
- Original y copia del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.

**Patente municipal:**

- Formulario de declaración de impuesto de patentes.
- Presentar la cédula y una copia, la papeleta de votación del representante legal.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes.
- Declaración juramentada del inicio de actividades económicas.
- Plano del área física.
- Pago de la tasa de la patente.

**Registro de actividades económicas:**

- Formulario de registro.
- La copia de la cédula y el certificado de votación del representante legal.

- Tener la copia del RUC de la microempresa.
- Escritura de constitución.
- Información detallada del domicilio donde se va a realizar las actividades económicas.

**Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos:**

- Realizar la solicitud de inspección.
- Informe de aprobación por el inspector del cuerpo de bomberos.
- Copia de la cédula del representante legal quien vaya a realizar los procesos legales.
- Adjuntar una copia del del RUC de la entidad.
- Copia de la patente municipal.

**Permiso de funcionamiento:**

- Llenar la solicitud del permiso de funcionamiento de la microempresa.
- Presentar la documentación necesaria junto con la solicitud.
- Se debe realizar la inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios de las áreas.
- Obtención del permiso con vigencia de un año para realizar sus operaciones.

**Permiso del ministerio del ambiente:**

- Llenar la solicitud para que se efectúe la inspección de las áreas de la empresa.
- Presentar la documentación personal del representante legal.
- Cancelación del permiso.

## CAPÍTULO VII

### 7. IMPACTOS DEL ESTUDIO

Para la implantación de la microempresa es necesario realizar un análisis técnico de los impactos que pueda generar el proyecto.

#### 7.1 Objetivo

Evaluar los posibles impactos que pueda generar el estudio mediante la aplicación de una matriz, con la finalidad de fortalecer los efectos positivos y minimizar los negativos.

#### 7.2 Instrumentos de valoración

Cuando la entidad empiece sus operaciones generará impactos, para lo cual se realiza un análisis mediante indicadores de medición.

En el proyecto influirá de forma positiva y negativa en los impactos, económicos, empresariales y ambientales, para lo cual se selecciona un rango de niveles de impacto; que serán ubicados en base a la dirección de la recta numérica.

-3	-2	-1	0	1	2	3
----	----	----	---	---	---	---

**Cuadro 189 Niveles de impacto**

VALORACIÓN CUALITATIVA	VALORACIÓN CUANTITATIVA
Nivel alto positivo	3
Nivel medio positivo	2
Nivel bajo positivo	1
No existe impacto	0
Nivel bajo negativo	-1
Nivel medio negativo	-2
Nivel alto negativo	-3

**Elaborado por:** Autora

**Año:** 2017

### 7.3 Impacto económico

Es de gran importancia analizar el impacto económico ya que se puede conocer el nivel de rentabilidad que puede generar la ejecución del proyecto.

También beneficiará a los trabajadores porque se generará una fuente de trabajo y por ende entradas de dinero, además porque en el mercado no existen empresas productoras de ataúdes por lo que implica mayor costo al momento de adquirir los productos.

**Cuadro 190 Impacto económico del estudio**

INDICADORES	NIVELES DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Oportunidad de fuentes de trabajo							X
Generación de ingresos							X
Precios accesibles						X	
<b>Subtotal</b>						<b>2</b>	<b>6</b>
<b>Total (ΣIMPACTOS)</b>					<b>8</b>		

Elaborado por: Autora

Año: 2017

$$Nivel\ de\ impacto\ económico = \frac{\sum Impactos}{N^{\circ}\ Indicadores}$$

$$Nivel\ de\ impacto\ económico = \frac{8}{3} = 2,67$$

***Nivel de impacto económico = Medio Positivo***

#### **Análisis:**

- Para la puesta en marcha del proyecto se determinó que la entidad generará beneficios económicos que ayuden al crecimiento de la organización y de terceros.
- Mediante la ejecución del proyecto la empresa beneficiará a los trabajadores en cuanto a la generación de ingresos.



- Es conveniente la ejecución del proyecto porque permite que las funerarias de la provincia de Imbabura puedan tener accesibilidad a los productos a menor precio.

#### 7.4 Impacto empresarial

Se analiza este impacto ya que la puesta en marcha de este proyecto será pionero en la provincia de Imbabura, es adecuado ser emprendedores y buscar fuentes de ingreso que ayuden al desarrollo empresarial y por ende ayuden a la sociedad.

**Cuadro 191 Impacto empresarial del estudio**

INDICADORES	NIVELES DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Oferta del producto							X
Demanda del producto							X
Precios en base a la competencia						X	
Atención al cliente							X
<b>Subtotal</b>					<b>1</b>	<b>2</b>	<b>9</b>
<b>Total (ΣIMPACTOS)</b>					<b>12</b>		

Elaborado por: Autora

Año: 2017

$$\text{Nivel de impacto empresarial} = \frac{\sum \text{Impactos}}{N^{\circ} \text{ Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto empresarial} = \frac{12}{4} = 3$$

**Nivel de impacto empresarial = Alto Positivo**

#### Análisis:

- Este impacto es positivo porque permite el desarrollo empresarial en la provincia ya que no existen empresas que realicen dichos productos, se diferenciará del empresas externas por la calidad de los bienes y el buen trato al cliente sin afectar los precios de los mismos.
- Este impacto permite medir el grado de aceptación por parte de los consumidores y operatividad en el medio.

## 7.5 Impacto ambiental

Se analiza este impacto porque la entidad al momento de iniciar sus operaciones generará niveles de contaminación, para lo cual es necesario realizar estrategias que permitan minimizar y controlar aquellos efectos.

Este impacto se debe monitorear constantemente ya que la empresa tiene una alta relación con la tala de madera, el ruido que ocasionan las maquinarias y el uso de químicos en sus actividades empresariales.

**Cuadro 192 Impacto ambiental del estudio**

INDICADORES	NIVELES DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
El ruido		X					
Emanación de gases tóxicos		X					
Recurso flora y fauna	X						
Clasificación de residuos			X				
<b>Subtotal</b>	-3	-4	-1				
<b>Total (ΣIMPACTOS)</b>	<b>-8</b>						

Elaborado por: Autora

Año: 2017

$$Nivel\ de\ impacto\ ambiental = \frac{\sum Impactos}{N^{\circ}\ Indicadores}$$

$$Nivel\ de\ impacto\ ambiental = \frac{-8}{4} = -2$$

***Nivel de impacto ambiental = Medio Negativo***

### **Análisis:**

- Para la creación de la microempresa es necesario mitigar en todos los efectos negativos que generen los procesos, desde el cuidado del uso excesivo de materiales químicos, reducción del uso de papel por parte de los administrativos, también deberán usar el equipo de protección permanente para evitar posibles enfermedades en un futuro.

- Es necesario realizar la técnica de reutilización de desperdicios, para lo cual la microempresa utilizará la viruta para las bases en los ataúdes de tal manera que reduzca la adquisición de esponja, además el aserrín delgado es un subproducto ya que este es utilizado para la realización de ladrillos y la viruta la utilizan en actividades avícolas y agrícolas.

### 5.5 Impacto general

Es importante realizar la valoración de cada impacto que pueda generarse al momento de la puesta en marcha de la microempresa.

**Cuadro 193 Impacto general del estudio**

INDICADORES	NIVELES DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Impacto económico						2,67	
Impacto empresarial							3
Impacto ambiental		-2					
<b>Subtotal</b>		<b>-2</b>				<b>2,67</b>	<b>3</b>
<b>Total (ΣIMPACTOS)</b>		<b>-2</b>				<b>5,67</b>	

Elaborado por: Autora

Año: 2017

$$\text{Nivel de impacto general} = \frac{\sum \text{Impactos}}{N^{\circ} \text{ Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto general} = \frac{3,67}{3} = 1,23$$

**Nivel de impacto general = Bajo Positivo**

**Análisis:**

- Como análisis general se considera que la puesta en marcha de la microempresa generará un impacto positivo bajo, tomando en cuenta que es un proyecto en el cual va a afectar el medio ambiente. Por lo que la empresa tendrá que aplicar normas que minimicen este impacto. Por el resto de impactos es adecuado ya que beneficiará en los ámbitos económico y empresarial.

## CONCLUSIONES

- En la provincia de Imbabura se ha identificado que las funerarias tienen que traer de otras provincias los ataúdes de metal y de madera, lo cual les implica un mayor costo e inconvenientes para tener los productos en sus instalaciones.
- Las bases teóricas son el sustento científico para desarrollar adecuadamente cada capítulo, además se tuvo un conocimiento claro de los conceptos relacionados con el estudio.
- Mediante el estudio de mercado se pudo conocer la oferta actual de Imbabura es baja, ya que los principales productores son de distintas provincias, en cuanto a la demanda los propietarios de las funerarias están interesados en adquirir los productos.
- El estudio técnico permitió establecer la planta de producción y el área de ventas en el parque Ciudad Blanca, lugar que reúne las condiciones óptimas para la producción y las ventas, además se estableció la ingeniería del proyecto en base a la capacidad instalada, se determinó el capital de trabajo, los costos y gastos, las fuentes de financiamiento y la inversión total que se requiere para la ejecución del estudio de factibilidad.
- Mediante el análisis del estudio financiero se puede decir que la empresa generará rentabilidad desde su primer año de operaciones, además los indicadores financieros como el VAN, el TIR superan a la tasa de rendimiento medio por lo tanto son favorables y se puede concluir que el proyecto es factible.
- La propuesta administrativa del proyecto determinó que la microempresa se constituirá como una compañía de responsabilidad limitada con el nombre comercial “Produ Cofre”, también se estableció la filosofía de la organización, la estructura

organizacional y funcional, además se desarrolló un manual de funciones para cada miembro que conformará la organización; con el fin de que sus procesos y actividades sean eficientes y se pueda cumplir con los objetivos y metas.

➤ Mediante la utilización de matrices de valoración y su respectivo análisis, se puede concluir que el impacto general es bajo positivo, lo que quiere decir que el estudio permitirá el desarrollo de la sociedad, la generación de empleos y no afectará en gran medida al medio ambiente.

## RECOMENDACIONES

- En la provincia de Imbabura se debe aprovechar la ausencia de empresas productoras de ataúdes, debido a que las funerarias actuales acuden a otras provincias para la adquisición de los productos.
- Es importante trabajar con fuentes de información actualizada y confiable que ayuden al desarrollo del proyecto.
- Es necesario realizar productos de calidad con el fin de que la entidad pueda insertarse en el mercado con precios acorde a los de la competencia, de tal manera que los consumidores prefieran los productos que ofrece la microempresa.
- La entidad debe tomar la propuesta del estudio en cuanto a la ubicación del mismo para que pueda generar mayor acogida por las familias, además deberá dar mantenimiento a su maquinaria y equipo para que realice sus actividades sin interrupciones.
- Se debe invertir en el proyecto porque generará rentabilidad, además tiene la capacidad de cubrir sus obligaciones con terceros y mediante las proyecciones se determina un crecimiento tanto en cantidad a producir como la obtención de ingresos.
- Para la buena ejecución del estudio es recomendable tomar en cuenta la propuesta organizacional, con el fin de que la entidad tenga un mejoramiento continuo y por ende pueda cumplir con las metas propuestas.
- La entidad debe controlar sus actividades para reducir aquellos impactos negativos y aumentar los positivos cuando la microempresa se ponga en marcha, sobre aspectos económicos, empresariales y ambientales.

## SIGLAS

**PEA:** Población económicamente activa.

**MDF:** Medium Density Fibreboard (Fibras de densidad media).

**INEC:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

**VAN:** Valor Actual Neto.

**TIR:** Tasa Interna de Retorno.

**PE:** Punto de Equilibrio.

**TRM:** Tasa de Rendimiento Medio.

**SRI:** Servicio de Rentas Internas.

**IESS:** Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

**PV:** Precio de venta.

**MPD:** Materia prima directa.

**MPI:** Materia prima indirecta.

**CIF:** Costos indirectos de fabricación.

**MRL:** Ministerio de Relaciones Laborales.

**PED:** Población Económicamente Activa.

**PEI:** Población Económicamente Inactiva.

## REFERENCIAS

- Acfí. (3 de 5 de 2017). *Audidores, Contdaores y Consultores Financieros*. Obtenido de Audidores, Contdaores y Consultores Financieros: <http://www.audidoresycontadores.com/contabilidad/54-como-se-clasifican-las-empresas>
- Aenor. (2012). *Aepfa*. Obtenido de Aepfa: [http://www.aepfa.es/norma\\_UNE\\_190001.pdf](http://www.aepfa.es/norma_UNE_190001.pdf)
- Alelú, M., Cantín, S., López, N., & Rodríguez, M. (3 de 5 de 2017). *Uam.es*. Obtenido de Uam.es: [https://www.uam.es/personal\\_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso\\_10/ENCUESTA\\_Trabajo.pdf](https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/ENCUESTA_Trabajo.pdf)
- Anónimo. (24 de 1 de 2012). *Blogspot.com*. Obtenido de Blogspot.com: <http://macroymicrolocalizacin.blogspot.com/2012/01/macro-y-microlocalizacion.html#comment-form>
- Anónimo. (26 de 7 de 2015). *Definicion.co*. Obtenido de Definicion.co: <http://www.definicion.co/comercializacion/>
- Anónimo. (3 de 5 de 2017). Obtenido de <http://dle.rae.es/srv/fetch?id=4BU1gSf>
- Anónimo. (3 de 5 de 2017). *Sities.google.com*. Obtenido de Sities.google.com: <https://sites.google.com/site/entrevistaconelexperto/-que-es-una-entrevista>
- Araujo, A. D. (2013). *Proyectos de Inversión*. México: trillas.
- Arboleda, V. G. (2013). *Proyectos Identificación, Formulación, Evaluación y Gerencia*. Colombia: Alfaomega.
- AREA, T. (2016). *areatecnologia.com*. Obtenido de <http://www.areatecnologia.com/cookies.html>
- Arqhys. (2017). Microlocalización. *Arqhys.com*.
- Artesanum. (2016).
- Asencio, D. A., & Vázquez, B. B. (2013). *Simulación Empresarial*. España: Ediciones Paraninfo S.A.
- Baca, U. G. (2013). *Evaluación de Proyectos*. México: MC Graw Hill.
- Belmonte, V. A. (2013). *Marketing y Plan de Negocios de la Microempresa*.
- Benjamín, E., & Fincowsky, F. (2014). *Organización de empresas*. México: Programas Educativos S.A de C.V.



- Blogspot. (3 de 5 de 2017). *Blogspot.com*. Obtenido de Blogspot.com: <http://nuestrasfuentesdeinformacion.blogspot.com/>
- Bravo, V. M. (2013). *Contabilidad General*. Quito: Escobar Impresores.
- Burbano, R., E, J., & G., O. (3 de 5 de 2017). *Tripod*. Obtenido de Tripod: <http://activaciencias.tripod.com/presupuestos.htm>
- Carrasquillo, L. (26 de 6 de 2011). *Consultcom*. Obtenido de Consultcom: <https://incubadorademicroempresas.com/lucy/blog/definamos-que-es-una-microempresa>
- CARRASQUILLO, M. L. (26 de 6 de 2011). *CONSULTCOM*. Obtenido de <http://incubadorademicroempresas.com/lucy/blog/definamos-que-es-una-microempresa>
- Cocogum. (3 de 5 de 2017). *Cocogum.com*. Obtenido de Cocogum.com: <http://www.cocogum.org/Archivos/Ingenieria%20de%20Proyectos.html>
- Código de Trabajo. (03 de 05 de 2017). Obtenido de <http://www.derechoecuador.com/articulos/detalle/archive/doctrinas/derecholaboral/2012/08/03/de-las-jornadas-de-trabajo>
- Deconceptos. (3 de 5 de 2017). *Deconceptos.com*. Obtenido de Deconceptos.com: <http://deconceptos.com/matematica/variable>
- Eco-Finanzas. (3 de 5 de 2017). *eco-finanzas.com*. Obtenido de eco-finanzas.com: [http://www.eco-finanzas.com/diccionario/D/DEMANDA\\_INSATISFECHA.htm](http://www.eco-finanzas.com/diccionario/D/DEMANDA_INSATISFECHA.htm)
- Edukativos. (17 de 10 de 2011). *Edukativos.com*. Obtenido de <http://www.edukativos.com/apuntes/archives/1929>
- El mundo economía y negocios. (3 de 5 de 2017). *El mundo economía y negocios*. Obtenido de El mundo economía y negocios: <http://www.elmundo.com.ve/diccionario/materia-prima.aspx>
- El Observatorio. (3 de 5 de 2017). *El Observatorio*. Obtenido de El Observatorio: <http://www.oect.es/portal/site/Observatorio/menuitem.1a9b11e0bf717527e0f945100bd061ca/%3Fvgnnextoid%3Db80b5052be683110VgnVCM100000dc0ca8c0RCRD&vgnnextchannel%3De68f6a5f01d63110VgnVCM100000dc0ca8c0RCRD>
- Enciclopedia, C. (9 de 9 de 2013). *Enciclopedia Culturalia*. Obtenido de <https://edukavital.blogspot.com/2013/09/definicion-de-laca.html>
- Escobar, A., & Gonzáles, Y. (2011). *Marketing turístico*. Madrid: EDITORIAL SINTESIS.
- Escribano, N., & Jiménez, G. A. (2014). *ANÁLISIS CONTABLE Y FINANCIERO*. BOGOTÁ: EDICIONES DE LA U.

- Escribano, Navas, M., & Jiménez, G. A. (2014). *Análisis Contable y Financiero*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Ferrer, J. (3 de 5 de 2017). *Blogspot.com*. Obtenido de Blogspot.com: <http://metodologia02.blogspot.com/p/tecnicas-de-la-investigacion.html>
- Fierro, M. Á., & Fierro, C. F. (2015). *Contabilidad General con enfoque NIIF para las pymes*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Funeraria la nueva. (2015). Obtenido de <http://www.funerialanueva.es/tipos-ataues-feretros-funerarias-albacete/>
- Iluay, H. (11 de 3 de 2013). *Blogspot.com*. Obtenido de Blogspot.com: <http://lluay2.blogspot.com/>
- Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2012). *Administración una Perspectiva Global y Empresarial*. Perú: Mc Graw Hill.
- Kotler, P. y. (2013). *Marketing*.
- LARA, E. (11 de 12 de 2012). *blogspot.com*. Obtenido de <http://conceptocontabilidadbasicadecostos.blogspot.com/2012/12/fines-fundamentales-de-la-contabilidad.html>
- Lerma, A. E., Bárcena, & Juárez, S. K. (2012). *Planeación Estratégica por Áreas Funcionales*. México: Alfaomega Grupo Editor, S.A de C.V.
- Lexicon. (8 de 12 de 2016). *Lexicoon*. Obtenido de <http://lexicoon.org/es/pegamento>
- Longeneckr, J. G., Petty, W. J., Palich, L. E., & Hoy, F. (2012). *Administración de pequeñas empresas*. México: Cengage Learning Editores, S.A de C.V., Corporativo Santa Fe.
- López, S. B. (3 de 5 de 2017). *Ingenieriaindustrial*. Obtenido de Ingenieriaindustrial: <https://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingeniero-industrial/dise%C3%B1o-y-distribuci%C3%B3n-en-planta/>
- Malvaez, S. (7 de 3 de 2013). *Máquinas Simples y sus Usos*. Obtenido de <http://maquinas-simples-uso.blogspot.com/2013/03/tornillo.html>
- Marín, N. J., Montiel, L. E., & Ketelhöhn, N. (2014). *Evaluación de inversiones estratégicas*. Bogotá: LID Editorial Colombia y Ediciones de la U.
- Mendoza, C. P., & Pérez, C. F. (3 de 5 de 2017). *Estrategias didácticas.jimdo.com*. Obtenido de Estrategias didácticas.jimdo.com: <https://estrategiasdidacticas.jimdo.com/t%C3%A9cnicas-de-investigacion/observaci%C3%B3n-directa/>
- Meza, O. J. (2013). *Evaluación Financiera de Proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Meza, O. J. (2015). *Evaluación Financiera de Proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

- Norma, E. (2012). *Norma Española*. Obtenido de [http://www.aepfa.es/norma\\_UNE\\_190001.pdf](http://www.aepfa.es/norma_UNE_190001.pdf)
- Nunes, P. (26 de 6 de 2012). *Old.knoow.net*. Obtenido de Old.knoow.net: <http://www.old.knoow.net/es/cieeconcom/contabilidad/ingresos.htm>
- Pérez, D. M., & Ramírez, F. (2012). *Módulo Herramientas de Planificación*. Quito: inkprima.
- Pérez, P. J. (2016). *Definición ABC*. Obtenido de <http://definicion.de/clavo/>
- Pérez, P. J., & Gardey, A. (2013). *Definición ABC*. Obtenido de <http://definicion.de/tela/>
- Plan General Contable. (23 de 7 de 2014). *Plangeneral contable.com*. Obtenido de Plangeneral contable.com: [http://www.plangeneralcontable.com/?tit=213-maquinaria&name=GeTia&contentId=pgc\\_213](http://www.plangeneralcontable.com/?tit=213-maquinaria&name=GeTia&contentId=pgc_213)
- Psinai. (3 de 5 de 2017). *psinai.wordpress.com*. Obtenido de psinai.wordpress.com: <https://psinai.wordpress.com/2013/03/03/materiales-directos-e-indirectos/>
- Real, A. E. (2014). *Diccionario de la Lengua Española*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=4BU1gSf>
- Retos en Supply Chain. (3 de 5 de 2017). *Retos-operaciones-logistica*. Obtenido de Retos-operaciones-logistica: <http://retos-operaciones-logistica.eae.es/proceso-de-produccion-en-que-consiste-y-como-se-desarrolla/>
- Rincón, S. C. (2011). *Costos para PyME*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Rivadeneira, D. (28 de 3 de 2012). *Empresa Actualidad*. Obtenido de <http://empresactualidad.blogspot.com/>
- Romero, L. A. (2013). *Contabilidad práctica para no contadores*. México: Programas Educativos S.A de C.V.
- Rosales, S. (1 de 11 de 2011). *Blogspot.com*. Obtenido de Blogspot.com: <http://nuestrasfuentesdeinformacion.blogspot.com/>
- Santos, S. T. (28 de 10 de 2016). *Eumed.net*. Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>
- Santos, T. (28 de 10 de 2016). *Eumed.net*. Obtenido de Eumed.net: <http://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>
- Sequeda, R. P. (2014). *Finanzas corporativas y valoración de empresas*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Servicios. (8 de 12 de 2015). *Servicios, Funerarios la Nueva de Albacete*. Obtenido de <http://www.funerarialanueva.es/tipos-ataudes-feretros-funerarias-albacete/>

- Significados. (3 de 5 de 2017). *Significados.com*. Obtenido de Significados.com: <https://www.significados.com/tecnica/>
- Soto, B. (8 de 2 de 2012). *Gestion.org*. Obtenido de <http://www.gestion.org/economia-empresa/creacion-de-empresas/3985/clasificacion-de-las-empresas/>
- Soto, B. (3 de 5 de 2017). *Gestión.org*. Obtenido de Gestión.org: <https://www.gestion.org/economia-empresa/creacion-de-empresas/3985/clasificacion-de-las-empresas/>
- Sydatec. (3 de 5 de 2017). *Sydatecproyectos*. Obtenido de Sydatecproyectos: <https://sysdatecproyectos.jimdo.com/estudio-financiero/>
- Universidad Santo Tomás. (3 de 5 de 2017). *Soda.ustadistancia.edu.co*. Obtenido de Soda.ustadistancia.edu.co: [http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20%28Segundo%20Momento%29/plan\\_de\\_produccion.html](http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20%28Segundo%20Momento%29/plan_de_produccion.html)
- WordPress. (28 de 5 de 2010). *WordPress.com site*. Obtenido de WordPress.com site: <https://imbabura.wordpress.com/2010/05/28/hola-mundo/>
- Zapata, S. P. (2011). *Contabilidad general*. Colombia: Gráficas de la Sabana Ltda.
- Zapata, S. P. (2015). *Contabilidad de costos, Herramientas para la toma de decisiones*. Bogotá: Alfaomega Colombiana S.A.

## ANEXOS

## Anexo A. Tasa general de mortalidad



## Anexo B. Entrevista a expertos (Sra. Patricia Terán)

### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



### FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

### Carrera de Contabilidad y Auditoría

### ENTREVISTA DIRIGIDA A EXPERTOS:

.....

Entrevistado: .....

Cargo: .....

Contacto: .....

1. ¿Conoce empresas que fabriquen ataúdes en la ciudad de Ibarra?

.....  
.....

2. ¿Con que frecuencia repone el inventario de ataúdes en su organización?

.....  
.....  
.....

3. ¿Cuál es el rango de precios de ataúdes ofrecidos por su organización?

.....  
.....  
.....  
.....

4. ¿Cuáles son sus proveedores? ¿Dónde se encuentra su taller?

.....  
.....  
.....  
.....

5. ¿Cuál es la política de crédito o pago a este proveedor?

.....  
.....

6. ¿Conoce usted en que tipos de maderas son realizados los ataúdes que adquiere?

.....  
.....  
.....

7. ¿La fabricación de ataúdes en la ciudad de Ibarra beneficiaría a su empresa?

.....  
.....

## Anexo C. Encuesta a Consumidores

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Carrera de Contabilidad y Auditoría

### ENCUESTA DIRIGIDA A CONSUMIDORES

Con objeto de darle a conocer una nueva microempresa productora y comercializadora de **ATAÚDES**, le pedimos conteste por favor estas breves preguntas.

Conteste marcando con una X la respuesta de su elección.

#### 1. SEXO DEL ENCUESTADO:

Hombre ☐ Mujer ☐

#### 2. ¿CIUDAD DÓNDE VIVE?

Ibarra	<input type="checkbox"/>
Antonio Ante	<input type="checkbox"/>
Cotacachi	<input type="checkbox"/>
Otavalo	<input type="checkbox"/>
Pimampiro	<input type="checkbox"/>
San Miguel de Urququí	<input type="checkbox"/>

#### 3. ¿Conoce si existen empresas dedicadas a la producción de ataúdes en la ciudad donde vive?

Si ☐

No ☐

#### 4. ¿Algún familiar o conocido ha fallecido en el último año?

Si ☐

No ☐

#### 5. ¿Qué aspectos tomaría en cuenta al momento de adquirir un ataúd en caso de fallecimiento de un ser querido?

Material ☐

Precio ☐

Atractivo visual ☐

#### 6. ¿En caso de fallecimiento de un ser querido de qué material preferiría que este elaborado el ataúd?

Metal ☐

Madera ☐

7. ¿Qué cantidad de dinero pagaría por un ataúd en caso de fallecimiento de un ser querido?

Material	Diseños	Precio	
Metal	Recto	De \$ 120 a \$ 130	
	Redondo	De \$ 131 a \$ 140	
	Sardina	De \$ 141 a \$ 150	
Madera	Recto	De \$ 150 a \$ 250	
	Redondo	De \$ 251 a \$ 350	
	Sardina	De \$ 351 a \$ 450	
	Tallados	De \$ 451 a \$ 550	
	Exclusivos	De \$ 551 a \$ 800	

8. ¿De los siguientes tipos de colores cuál es de su preferencia?

Colores claros

Colores oscuros

9. ¿De qué manera realizaría la adquisición de un ataúd en caso de fallecimiento de un ser querido?

Directamente con el fabricante

Funerarias

Paquetes con servicios funerarios

10. ¿Cuándo fallece alguna persona de su familia dónde realiza su velación?

Casa

Alquiler espacio físico

En una organización

11. ¿De crearse la microempresa contrataría los servicios exequiales cuando tenga la pérdida de un ser querido?

Si

No

12. ¿En caso de fallecimiento de un ser querido qué servicio estaría dispuesto adquirir?

Alquiler de veladoras	De \$ 50 a \$ 80	
Alquiler sala de velación	De \$ 150 a \$ 200	
Servicio de traslado	De \$ 50 a \$ 60	
Servicio completo	De \$ \$ 400 a 450	



13. ¿Estaría dispuesto a adquirir directamente en nuestra microempresa lápidas para su ser querido?

Si ☐

No ☐

14. ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en lápidas para su ser querido?

Material	Precio	
Mármol	\$ 100,00	
Granito	\$ 400,00	
Porcelanato	\$ 150,00	
Vidrio	\$ 100,00	

15. ¿De qué forma estaría dispuesto pagar nuestros productos y servicios funerarios?

Contado ☐

Crédito ☐

Convenio con el IESS ☐

16. ¿Por qué medio informativo le gustaría que la empresa ofreciera sus productos y servicios?

Hojas volantes ☐

Radio ☐

Internet ☐

**¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!**

## Anexo D. Encuesta a Funerarias

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Carrera de Contabilidad y Auditoría

### ENCUESTA DIRIGIDA A FUNERARIAS

Con objeto de darle a conocer una nueva microempresa productora de ATAÚDES, le pedimos conteste por favor estas breves preguntas.

Conteste marcando con una X la respuesta de su elección.

#### 1. SEXO DEL ENCUESTADO:

Hombre ☐ Mujer ☐

#### 2. ¿CIUDAD DÓNDE VIVE?

Ibarra	<input type="checkbox"/>
Antonio Ante	<input type="checkbox"/>
Cotacachi	<input type="checkbox"/>
Otavalo	<input type="checkbox"/>
Pimampiro	<input type="checkbox"/>
San Miguel de Urcuqui	<input type="checkbox"/>

#### 3. ¿Conoce si existen empresas dedicadas a la producción de ataúdes en la ciudad donde vive?

Si ☐

No ☐

#### 4. ¿En qué aspectos es conveniente para su organización la creación de una empresa productora de ataúdes en la provincia?

Menor costo de adquisición ☐

Disponibilidad del producto en menor tiempo ☐

Menor riesgo de daños del producto ☐

Todas las anteriores ☐

No es conveniente ☐

#### 5. ¿De crearse la empresa estaría dispuesto a adquirir nuestro producto?

Si ☐

No ☐

#### 6. ¿Qué tipos de ataúdes tienen mayor acogida por las familias?

Metálicos ☐

Madera ☐

## 7. ¿A qué precios estaría dispuesto adquirir nuestro producto?

Material	Diseños	Precio	
Metal	Recto	De \$ 90 a \$ 100	
	Redondo	De \$ 101 a \$ 110	
	Sardina	De \$ 111 a \$ 121	
Madera	Recto	De \$ 120 a \$ 180	
	Redondo	De \$ 181 a \$ 200	
	Sardina	De \$ 200 a \$ 300	
	Tallados	De \$ 400 a \$ 500	
	Exclusivos	De \$ 501 a \$ 800	

## 8. ¿Con que frecuencia usted hace el pedido de ataúdes?

Una vez al mes Dos veces al mes Una vez a los dos meses Cada tres meses Cada seis meses Cada año 

## 9. ¿Con qué proveedores de ataúdes cuenta?

Nombre del proveedor	Ciudad donde se encuentra la empresa	Que cantidad de ataúdes provee mensual

## 10. ¿En un promedio mensual cuántos ataúdes venden su empresa?

De 1 a 10 De 11 a 20 De 21 a 30 De 31 a más 

## 11. ¿Cuál es el precio de venta al público de los ataúdes que usted cuenta en sus instalaciones?

Material	Diseños	Precio	
Metal	Recto	De \$ 120 a \$ 130	
	Redondo	De \$ 131 a \$ 140	
	Sardina	De \$ 141 a \$ 150	
Madera	Recto	De \$ 150 a \$ 250	
	Redondo	De \$ 251 a \$ 350	
	Sardina	De \$ 351 a \$ 450	
	Tallados	De \$ 451 a \$ 550	
	Exclusivos	De \$ 551 a \$ 800	

## 12. ¿En un promedio mensual cuántos servicios exequiales ofrece su empresa actualmente?

De 1 a 10

De 11 a 20 De 21 a 30 De 31 a 40 **13. ¿Cuál es el servicio funerario con mayor demanda optado por las familias?**

Alquiler de veladoras	De \$ 50 a \$ 80	
Alquiler sala de velación	De \$ 150 a \$ 200	
Servicio de traslado	De \$ 50 a \$ 60	
Servicio completo	De \$ 400 a \$ 450	

**14. ¿Cuál es la forma de pago que utilizaría en caso de adquisición de nuestros productos?**Contado Crédito **15. ¿Cuál es el medio de comunicación utilizado por su empresa para hacer publicidad?**Hojas volantes Radio Internet Ninguno **¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!**

## Anexo E. Entrevista a expertos (Sr. Luciano Unda)

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Carrera de Contabilidad y Auditoría

### ENTREVISTA DIRIGIDA A EXPERTOS:

.....

Entrevistado: .....

Cargo: .....

Contacto: .....

1. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de un ataúd a base de madera y metal?

.....  
.....

2. ¿Cuáles son los diseños más frecuentes que los clientes prefieren?

.....  
.....

3. ¿Cuál es el tamaño más adecuado que utiliza para la elaboración de los ataúdes?

.....  
.....

4. ¿Qué colores de los ataúdes tienen más acogida en el mercado?

.....  
.....

5. ¿Qué factores toma en cuenta para la fijación del costo de un ataúd?

.....  
.....

6. ¿Cuál es el costo de producción y el precio de venta de los ataúdes a funerarias?

Material	Diseños	Costo de producción	Precio de venta a funerarias
Metal	Recto		
	Redondo		
	Sardina		
Madera	Recto		
	Redondo		
	Sardina		
	Tallados		
	Exclusivos		

7. ¿Dentro de la provincia de Imbabura cuáles son los principales proveedores de materia prima?

.....  
.....

8. ¿Cuál es la materia prima y materiales necesarios para la elaboración de un ataúd?

.....  
.....

9. ¿Cuáles son las herramientas y maquinarias necesarias para la elaboración de los ataúdes?

.....

.....

10. ¿Cuál es el proceso productivo para elaborar un ataúd?

.....

.....

.....

11. ¿Qué cantidad de ataúdes produce al mes?

Material	Diseños	Cantidad de producción al mes	Cantidad de producción al año
Metal	Recto		
	Redondo		
	Sardina		
Madera	Recto		
	Redondo		
	Sardina		
	Tallados		
Exclusivos			
Total			

12. ¿Cuántos ataúdes vende mensualmente en la actualidad?

Material	Diseños	Cantidad de producción al mes	Cantidad de producción al año
Metal	Recto		
	Redondo		
	Sardina		
Madera	Recto		
	Redondo		
	Sardina		
	Tallados		
Exclusivos			
Total			

13. ¿A qué funerarias provee con su producto?

.....

.....

14. ¿Cuáles son los medios de comercialización utilizados por su empresa?

.....

.....

15. ¿Qué medios de publicidad utiliza su empresa?

.....

.....

## Anexo F. Entrevista Expertos (Sra. María Guamán)

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Carrera de Contabilidad y Auditoría

### ENTREVISTA DIRIGIDA A EXPERTOS:

Entrevistado: .....

Cargo: .....

Contacto: .....

16. ¿Cuáles son las ventajas de una lápida?

.....

.....

.....

17. ¿Cuáles son los diseños más frecuentes que los clientes prefieren?

.....

.....

18. ¿Cuáles son las dimensiones de una lápida con mayor demanda?

.....

.....

.....

19. ¿Qué factores toma en cuenta para la fijación del costo de una lápida?

.....

.....

.....

20. ¿Cuál es el costo de producción y el precio de venta de una lápida?

MATERIAL	COSTO DE PRODUCCIÓN	PRECIO DE VENTA
Mármol		
Granito		
Porcelanato		
Vidrio		

21. ¿Dentro de la provincia de Imbabura cuáles son los principales proveedores de materia prima?

.....

.....

22. ¿Cuál es la materia prima y materiales necesarios para la elaboración de una lápida?

23. ¿Cuáles son las herramientas y maquinarias necesarias para la elaboración de lápidas?

.....

.....

.....

24. ¿Cuál es el proceso productivo para elaborar una lápida?

Lápida en mármol grabada en granito:

.....

.....

Lápida en mármol grabada en porcelanato:

.....

.....

25. ¿Qué cantidad de lápidas produce al mes?

MATERIAL	AL MES	AL AÑO
Mármol		
Granito		
Porcelanato		
Vidrio		
<b>Total</b>		

26. ¿Cuántas lápidas vende mensualmente en la actualidad?

MATERIAL	AL MES	AL AÑO
Mármol		
Granito		
Porcelanato		
Vidrio		
<b>Total</b>		

12. ¿Cuáles son los medios de comercialización utilizados por su empresa?

.....

.....

13. ¿Qué medio de publicidad utiliza su empresa?

.....

.....



## Anexo G. Proformas

**WORLD COMPUTERS**  
SOLUCIONES TECNOLÓGICAS

**PROFORMA**

**CLIENTE:** \_\_\_\_\_  
**DIRECCIÓN:** \_\_\_\_\_  
**TELÉFONO:** \_\_\_\_\_  
**CÓDIGO POSTAL:** \_\_\_\_\_

**FECHA:** \_\_\_\_\_

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	COMPUTADOR PERSONAL Equipamiento de un computador personal, con: Monitor: 15" color, 1024x768, 16MB RAM, 1GB HD, 300W PSU, Windows XP, Office 2003, 1 año de garantía. Precio: \$1.200.000,00 IVA: \$120.000,00 TOTAL: \$1.320.000,00	\$1.320.000,00	\$1.320.000,00
	<b>SUBTOTAL:</b>		\$1.320.000,00
	<b>IVA (10%):</b>		\$132.000,00
	<b>TOTAL:</b>		\$1.452.000,00

**TERMINOS Y CONDICIONES:**

1. El presente presupuesto es válido por 30 días.  
2. El pago debe ser en efectivo o por depósito bancario.  
3. El cliente debe proporcionar los datos necesarios para la entrega del equipo.  
4. El equipo será entregado en un plazo de 5 días hábiles.  
5. El cliente debe firmar el acta de entrega y recepción del equipo.

**WORLD COMPUTERS**  
CALLE 100 No. 100-100, Bogotá, D.C.  
TEL: 011 261 1000

**DEPÓSITO DE MADERAS**  
**"TORRES QUERADA"**  
BARRIO ALVARADO, PUERTO TORRES

**PROFORMA**  
**Nº 0158482**

**CLIENTE:** \_\_\_\_\_  
**DIRECCIÓN:** \_\_\_\_\_  
**TELÉFONO:** \_\_\_\_\_  
**CÓDIGO POSTAL:** \_\_\_\_\_

**FECHA:** \_\_\_\_\_

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	1/2" x 4" x 8"	2,50	2,50
1	1/2" x 4" x 8"	2,50	2,50
1	1/2" x 4" x 8"	2,50	2,50
1	1/2" x 4" x 8"	2,50	2,50
1	1/2" x 4" x 8"	2,50	2,50
1	1/2" x 4" x 8"	2,50	2,50
	<b>SUBTOTAL:</b>		15,00
	<b>IVA (10%):</b>		1,50
	<b>TOTAL:</b>		16,50

**TERMINOS Y CONDICIONES:**

1. El presente presupuesto es válido por 30 días.  
2. El pago debe ser en efectivo o por depósito bancario.  
3. El cliente debe proporcionar los datos necesarios para la entrega del material.  
4. El material será entregado en un plazo de 5 días hábiles.  
5. El cliente debe firmar el acta de entrega y recepción del material.

**DEPÓSITO DE MADERAS**  
CALLE 100 No. 100-100, Bogotá, D.C.  
TEL: 011 261 1000

**PROFORMA** **Factura No.**

**CLIENTE:** \_\_\_\_\_  
**DIRECCIÓN:** \_\_\_\_\_  
**TELÉFONO:** \_\_\_\_\_  
**CÓDIGO POSTAL:** \_\_\_\_\_

**FECHA:** \_\_\_\_\_

CANTIDAD	ARTÍCULO	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	PDF 01/01/01	1,50	1,50
1	PDF 01/01/01	1,50	1,50
	<b>SUBTOTAL:</b>		3,00
	<b>IVA (10%):</b>		0,30
	<b>TOTAL:</b>		3,30

**MADENOR**  
BARRIO ALVARADO, PUERTO TORRES

**PROFORMA**

**TERMINOS Y CONDICIONES:**

1. El presente presupuesto es válido por 30 días.  
2. El pago debe ser en efectivo o por depósito bancario.  
3. El cliente debe proporcionar los datos necesarios para la entrega del material.  
4. El material será entregado en un plazo de 5 días hábiles.  
5. El cliente debe firmar el acta de entrega y recepción del material.

**MADENOR**  
CALLE 100 No. 100-100, Bogotá, D.C.  
TEL: 011 261 1000

[illegible]



# Provesum & Co.

PROVESUM & CO. LTD. (INCORPORATED IN INDIA)  
10, BANGALORE ROAD, CHENNAI - 600 008



**PROVESUM & CO.**

Customer Name: **THE HONGKONG & SHANGHAI BANKING CORP. LTD.**  
 Address: **MUMBAI**

Sl. No.	Description of Goods	Qty.	Unit	Rate	Amount
1	100% Pure Cotton Yarn	100	kg	1000	100000
2	100% Pure Cotton Yarn	100	kg	1000	100000
3	100% Pure Cotton Yarn	100	kg	1000	100000
4	100% Pure Cotton Yarn	100	kg	1000	100000
5	100% Pure Cotton Yarn	100	kg	1000	100000
6	100% Pure Cotton Yarn	100	kg	1000	100000
7	100% Pure Cotton Yarn	100	kg	1000	100000
8	100% Pure Cotton Yarn	100	kg	1000	100000
9	100% Pure Cotton Yarn	100	kg	1000	100000
10	100% Pure Cotton Yarn	100	kg	1000	100000

Sl. No.	Description of Goods	Qty.	Unit	Rate	Amount
1	100% Pure Cotton Yarn	100	kg	1000	100000
2	100% Pure Cotton Yarn	100	kg	1000	100000
3	100% Pure Cotton Yarn	100	kg	1000	100000
4	100% Pure Cotton Yarn	100	kg	1000	100000
5	100% Pure Cotton Yarn	100	kg	1000	100000
6	100% Pure Cotton Yarn	100	kg	1000	100000
7	100% Pure Cotton Yarn	100	kg	1000	100000
8	100% Pure Cotton Yarn	100	kg	1000	100000
9	100% Pure Cotton Yarn	100	kg	1000	100000
10	100% Pure Cotton Yarn	100	kg	1000	100000

Total Invoice Value: **2000000**  
 Net Weight: **2000000**

  
**Provesum & Co.**  
 10, BANGALORE ROAD, CHENNAI - 600 008

Sl. No.	Description of Goods	Qty.	Unit	Rate	Amount
1	100% Pure Cotton Yarn	100	kg	1000	100000
2	100% Pure Cotton Yarn	100	kg	1000	100000
3	100% Pure Cotton Yarn	100	kg	1000	100000
4	100% Pure Cotton Yarn	100	kg	1000	100000
5	100% Pure Cotton Yarn	100	kg	1000	100000
6	100% Pure Cotton Yarn	100	kg	1000	100000
7	100% Pure Cotton Yarn	100	kg	1000	100000
8	100% Pure Cotton Yarn	100	kg	1000	100000
9	100% Pure Cotton Yarn	100	kg	1000	100000
10	100% Pure Cotton Yarn	100	kg	1000	100000

[illegible][illegible][illegible]

**PROFORMA**

PRECIO: **LIBERIA, 20 de noviembre de 2016**

CLIENTE: **Don Carlos J. Martínez**

DIR: **LIBERIA**

DETALLE: **1 M2 de vidrio templado de 10mm con laminado 5+5  
M2 de pintura italiana negro E 314  
M2 de material italiano E 200**

PROMESA DE PAGO: **50% AL INICIO, 50% A LA ENTREGA**

TIEMPO DE ENTREGA: **depende del pedido y materiales**

Garantizamos nuestros trabajos tenemos más de 30 años a su servicio... es un honor atenderlos

**Castel**

**MG Mercantil García Cía. Ltda.**  
20 años de experiencia

RUC: 2001719659001

**PROFORMA**

**0001067**

Moneda y Equivalencias:  
Moneda: **Libra Chica, 20**  
Método: **100.32 23056** Fecha: **21 - Diciembre - 2016**  
Código: **2 - Póliza** Tel: **632-585**

CANT.	DESCRIPCIÓN	V. UNIT.	V. TOTAL
50	Tela Corola	180	90.00
Nota: Precio incluye IVA			
Subtotal:			90.00
6% IVA			
12% IVA			
TOTAL:			90.00

**Castel**

**Novedades "MARIA"**  
CALLE 1000 y 1000, REPUBLICA A. BAZAR  
Calle 1000 y 1000, REPUBLICA A. BAZAR  
Calle 1000 y 1000, REPUBLICA A. BAZAR

**PROFORMA**

PRECIO: **21 - 12 - 16**

CLIENTE: **Don Carlos J. Martínez**

CANT.	DESCRIPCIÓN	VALOR
1	Biblia para...	\$ 14.50
TOTAL:		\$ 14.50

## Anexo H. Tasa de Interés del Crédito

**BANCO INTERNACIONAL**

Tarifario Diciembre 2016

### I. TASAS DE INTERÉS

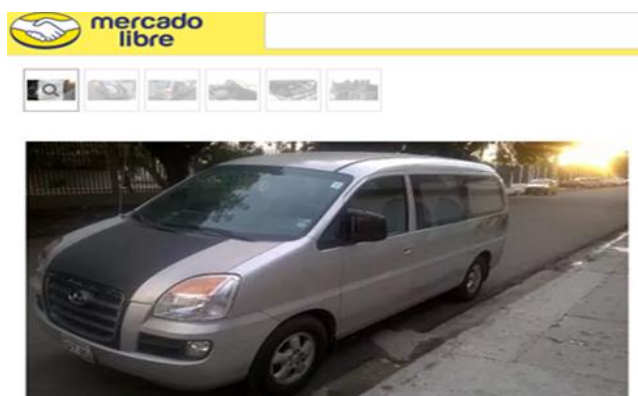
#### 1.1. TASAS DE INTERÉS DE CRÉDITO

TIPO DE CRÉDITO	TASA EFECTIVA	TASA NOMINAL	VARIABLES	PLAN DE PAGOS
PRODUCTIVO	Corporativo	9.33%	Se reajusta en periodos iguales y sucesivos de 360 días, en función de la tasa de interés pasiva referencia publicada por el BCE, más el margen negociado con cada cliente, sin exceder de la tasa máxima del segmento.	Depende de la negociación: - Tabla de amortización francesa o alemana. - Tabla con tasa variable reajutable. - Operaciones de crédito a término.
	Pequeñas y Medianas Empresas	11.83%		
	Empresarial	10.21%		
COMERCIAL ORDINARIO		11.83%		
COMERCIAL PRIORITARIO	Corporativo	9.33%	Se reajusta en periodos iguales y sucesivos de 360 días, en función de la tasa de interés pasiva referencia publicada por el BCE, más el margen negociado con cada cliente, sin exceder de la tasa máxima del segmento.	Depende de la negociación: - Tabla de amortización francesa o alemana. - Tabla con tasa variable reajutable. - Operaciones de crédito a término.
	Pequeñas y Medianas Empresas	11.83%		
	Empresarial	10.21%		
CONSUMO ORDINARIO		17.30%		
CONSUMO PRIORITARIO		17.30%		
INMOBILIARIO		11.33%		
INTERÉS PÚBLICO		4.99%		
MICROCRÉDITO	Acumulación Ampliada	25.50%	A partir del 1er día de vencida la operación de crédito	
	Acumulación Simple	27.50%		
	Minorista	30.50%		
TASA DE MORA	Fecha de Aplicación		Base de aplicación: Los gastos incurridos en la recuperación	
	De 1 a 15 días de retraso	1.05 veces de la tasa de interés pactada		
	De 16 a 30 días de retraso	1.07 veces de la tasa de interés pactada		
	De 31 a 60 días de retraso	1.09 veces de la tasa de interés pactada		
	Más de 60 días de retraso	1.10 veces de la tasa de interés pactada		
	% Adicional de Interés			
	Gastos de cobranza			

## Anexo I. Carroza fúnebre

### Características:

- Hyundai H1 Starex
- Año 2007
- Precio \$ 12.000



## Anexo J. Porcentaje de Impuesto a la Renta para Sociedades

### Tarifa del impuesto a la renta para sociedades

Los ingresos gravables obtenidos por sociedades constituidas en el Ecuador, así como por las sucursales de sociedades extranjeras domiciliadas en el país y los establecimientos permanentes de sociedades extranjeras no domiciliadas aplicarán la tarifa del 22% sobre su base imponible. No obstante, la tarifa impositiva será del 25% cuando la sociedad tenga accionistas, socios, partícipes, constituyentes, beneficiarios o similares residentes o establecidos en paraísos fiscales o regímenes de menor imposición con una participación directa o indirecta, individual o conjunta, igual o superior al 50% del capital social o de aquel que corresponda a la naturaleza de la sociedad. Cuando la mencionada participación de paraísos fiscales o regímenes de menor imposición sea inferior al 50%, la tarifa de 25% aplicará sobre la proporción de la base imponible que corresponda a dicha participación, de acuerdo a lo indicado en el reglamento.

Asimismo, aplicará la tarifa del 25% a toda la base imponible la sociedad que incumpla el deber de informar sobre la participación de sus accionistas, socios, partícipes, constituyentes, beneficiarios o similares, conforme lo que establezca el reglamento a esta Ley y las resoluciones que emita el Servicio de Rentas Internas; sin perjuicio de otras sanciones que fueren aplicables.